

**AZ MSSC SZURKOLÓI MOTIVÁCIÓS SKÁLA ADAPTÁLÁSA EGYETEMI
HALLGATÓK KÖRÉBEN**
ADAPTATION OF MSSC FAN MOTIVATION SCALE IN UNIVERSITY STUDENTS

Balogh Renátó¹, Bácsné Bába Éva²

¹PhD hallgató,²egyetemi docens

¹Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, ²Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar
E-mail: balogh.renato@econ.unideb.hu, bacsne.baba.eva@econ.unideb.hu

Összefoglalás

A látvány-csapatsportok esetében az üzleti bevételek közül, különös jelentőséggel bír a fogyasztói piacról származó, hiszen nagymértékben befolyásolja a további piacok működését. Kijelenthető, hogy fogyasztók nélkül nem beszélhetünk látványsportról. Cikkünkben arra a kérdésre kerestük a választ, hogy az egyes magyar látvány-csapatsportágak mérkőzéseiri érdeklődést milyen tényezők befolyásolják. A kérdés megválaszolása érdekében adaptáltuk az MSSC szurkolói motivációs skálát. A kérdőív fordítása után kutatásunkat a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi, illetve a Gyermekevelési és Gyógynevelési Kar hallgató körében végeztük (n=178). A megbízhatósági vizsgálat után faktorelemzést végeztünk, amely meghatározta a mérkőzések iránti érdeklődést befolyásoló tényezőket (látványosság, csapattal való azonosulás, szórakozás, vonzalom, közösséghez való tartozás). Az eredmények segítséget nyújthatnak a szurkolók magatartásának megismeréséhez, amely hozzájárulhat az átlagnézőszámok emelkedéséhez.

Abstract

In is case of spectacular team sports the business revenues are of particular relevance to the consumer market as they greatly influence the functioning of further markets. It can be stated that without consumer we can not talk about spectacular sport. In our article, We were looking for the answer to which factors influencing interest in games of the Hungarian spectacular sports. In order to answer this question, We adapted the MSSC fan motivation scale. After translating the survey, my research was carried out at the University of Debrecen, Faculty of Economics and Business and Faculty of Education for Children and Special Educational Needs (n =178). After the reliability test, We made a factor analysis that determined the factors affecting interest in the matches (aesthetic, team identification, entertainment, attraction, community affiliation). The results can help you get to know the behavior of fans, which can help increase the average attendance of the events.

Kulcsszavak: sportmarketing, fogyasztói magatartás, szurkolói motiváció

JEL besorolás: Z2

LCC: GV733-734.5

Bevezetés

A látvány-csapatsportágak az 1960-as években egyre inkább elterjedté váltak televíziónak köszönhetően, a szórakoztatóipar szerves részévé váltak (Muszbek 2012), következésképp a sportszakmai sikereken túl, a fogyasztók kiszolgálásáról is szólniuk kell. A látvány-csapatsportágak szereplőinek tehát kettős célrendszerrel kell működniük, amelynek egy része sportszakmai, egy másik része pedig pénzügyi célokat jelent (András 2003) A pénzügyi céljaik

kapcsán jelentős többségüknel elsősorban nem a profitmotívum jelenik meg, hanem a gazdasági stabilitás megteremtése, és a bevétel-kiadás közötti egészséges egyensúly fenntartása, amely hosszú távon biztosítja azt a feltételrendszert, amit felhasználva sportszakmai sikereket érhetnek el. András (2003) a hivatásos labdarúgásban öt piacot azonosított, amelyek a következők: fogyasztói-, szponzori-, közvetítési jogok-, merchandising- és játékospiac. Ez az öt piac a látvány-csapatsportágak mindegyikében fellelhető, kivételt ez alól csak a játékospiac képezhet, hiszen, a futballon kívül átigazolási összegek csak legritkább esetben fordulnak elő a sportolók szerződésekor. A piacok közül különösen fontos a fogyasztói piac, tekintettel arra, hogy az üzleti bevételek közvetlenül vagy közvetve a fogyasztóktól származnak (András 2003). Kijelenthető tehát, hogy fogyasztók nélkül nem beszélhetünk hivatásos sportról.

A látvány-csapatsportágak, különös tekintettel a labdarúgásra, a rendszerváltás óta nézőszám problémákkal küszködnek, amelyet csak részben lehet a „rossz termék” érveléssel magyarázni, olyan sportágakban pedig, mint például a kézilabda vagy a vízilabda nem is állja meg a helyét. Müller és munkatársai (2009, 2013) felhívják a figyelmet arra, hogy a passzív sportfogyasztáshoz mindig, valamilyen élmény kapcsolódik. Kassay (2018) szerint a látvány-csapatsport mérkőzéseken ez az élménynyújtás marad el. A nézők kiszolgálása nemcsak a pályán, azon kívül is hiányos. Fontos, azonban megemlíteni, hogy a hosszú ideig elmaradt beruházások és fejlesztések (Bács - Kozma 2018) következtében a sportlétesítmények állapota, illetve minősége nem tette lehetővé a fogyasztók elvárásainak megfelelő kiszolgálást. A sportszolgáltatás színvonala, amelyre szignifikáns hatással van maga a létesítmény, befolyásolja a fogyasztói keresletet (Wakefield - Blodgett 1996, Shank 2001). Éppen ezért van nagy jelentősége annak, hogy az elmúlt években mind a hivatásos, mind az amatőr sportot kiszolgáló sportinfrastruktúra megújult Magyarországon (Ráthonyi-Odor - Borbély 2017, Stocker - Szabó 2017). Az új vagy felújított létesítmények átadása után, logikus, ésszerű volt az az elvárás, hogy rövidesen emelkedni fognak a nézőszámok a látvány-csapatsportágak mérkőzésein. Ez a növekedés ugyanakkor nem következett be, így a jegy és bérlet bevételek továbbra is csekély mértékben járulnak hozzá a klubok költségvetéséhez (Nagy - Bácsné 2014).

Szurkolói motivációs skálák

Nyugat-Európában és az Egyesült Államokban a passzív sportfogyasztás az egyik legkedveltebb szabadidős program, ezért az 1990-es években a sportgazdasági kutatások egyik fókuszává a fogyasztók viselkedése vált. A kutatókat elkezdte érdekelni, hogy egy-egy sportesemény iránti érdeklődést milyen tényezők befolyásolják (Baade - Tiehen 1990, Zhang et al. 1995, Kahle et al. 1996). Ezt követően a különböző befolyásoló faktorok közül (látványosság, gazdasági-, szocio-demográfiai tényezők stb) a szurkolói motivációk vizsgálata is népszerű kutatási téma lett (Wann 1995, Milne - McDonald 1999, Trail - James 2001, Funk et al 2009), azonban Magyarországon akár a marketing, akár a sporttudomány részéről, mindezedig elhanyagolt terület volt.

Az első szurkolói motivációs skálák (Wann 1995, Milne - McDonald 1999) egy későbbi vizsgálat során, nem állták ki a megbízhatóság és érvényesség próbáját. Az első, ami megfelelt a feltételeknek az az MSSC (Motivation Scale for Sport Consumption) skála, mely Trail és James (2001) nevéhez fűződik. A szerzők 9 faktort (siker, ismeret, esztétika, dráma, szórakozás, család, vonzalom, teljesítmény és közösséghez való tartozás) azonosítottak, amelyekhez 3-3 item tartozik.

Anyag és módszer

Vizsgálatunk egy pilot kutatás egyetemi hallgatók körében, melynek célja az MSSC szurkolói motivációs skála adaptációja. Az MSSC skála egyik faktorát kihagytuk az adaptációból, tekintettel arra, hogy annak megbízhatósága és érvényessége megkérdőjelezhető. A szocio-demográfiai kérdések mellett a megkérdezetteknek, így 24 állításra, 1-7 terjedő likert skálán kellett válaszolniuk annak megfelelően, hogy mennyire értenek egyet az adott állítással (1= egyáltalán nem értek egyet, 7= teljes mértékben egyetértek). Kiemelnénk, hogy a kérdőív nem sportágspecifikus állításokat tartalmazott, így összehasonlíthatóvá válhatnak az egyes látvány-csapatsportágak kedvelőinek tábora. Az MSSC adaptálása kényelmi mintavétellel történt. A fordítást követően a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi, illetve a Gyermekevelési és Gyógynevelési Kar hallgatói körében végeztünk kérdőíves felmérést, melynek elemszáma 178 fő. A minta 57%-a nő, 43%-a férfi, 62%-a a Gazdaságtudományi Karon tanul, 38%-a pedig a Gyermekevelési és Gyógynevelési Kar hallgatója. Családi állapotukat tekintve 47%-uk egyedülálló, 51%-uk párkapcsolatban, 2%-uk pedig házas. A válaszadók 19 és 34 év közöttiek voltak a kérdőív kitöltésekor, közel 85%-uk a 19-22 éves korosztályba tartozott (1. táblázat).

1. táblázat A minta demográfiai összetétele

Változó	Kategória	Gyakoriság (db)	Arány
Nem	Férfi	77	43 %
	Nő	101	57 %
Életkor	19-22	150	84%
	23-26	19	11%
	27-30	5	3%
	31-34	4	2%
Családi állapot	Egyedülálló	83	47%
	Párkapcsolatban él	90	51%
	Házas	3	2%
Kar	GTK	110	62%
	GYGYK	68	38%

Forrás: saját kutatás, saját szerkesztés

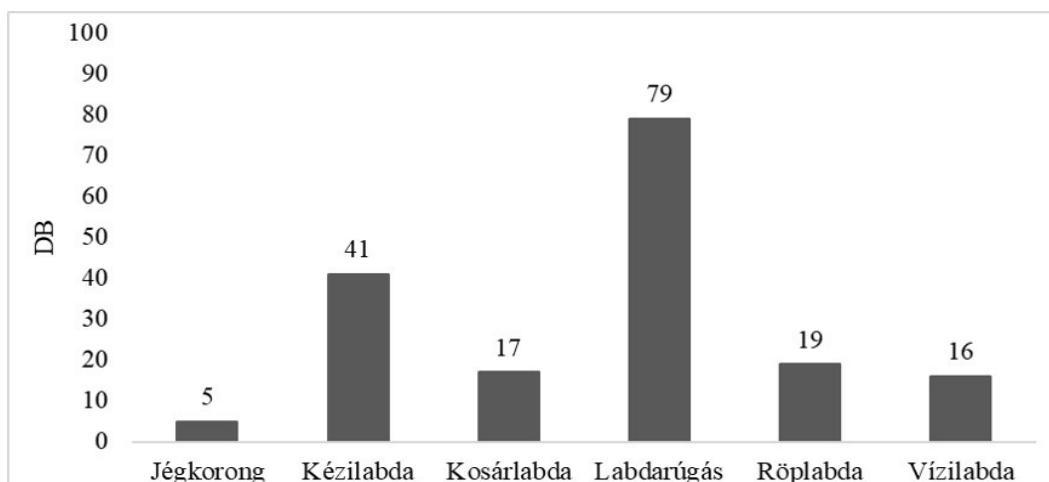
Az adatokat az IBM SPSS Statistics 23 programmal dolgoztuk fel. Első lépésként a skálák megbízhatósági vizsgálatára Cronbach-alfa mutatót határoztunk meg. A Cronbach-alfa a legelterjedtebb a skálák reliabilitásának mérésére (Peterson – Kim, 2013). Az alfa az egyszerű tesztfelezés helyett, az összes lehetséges tesztfelezés korrelációs együtthatójának számtani átlaga (Kovács et al 2017), így egyfajta belsőkonzisztencia-mutatóként fogható fel (Takács - Kárász 2014). A struktúra feltárására faktorelemzést végeztünk maximum likelihood módszerrel, amely előtt KMO-Bartlett tesztre került sor. A faktor struktúrát rotált faktormátrix segítségével mutatjuk be.

Tekintettel mintavételi eljárásra, valamint arra, hogy a kutatás csak egyetemisták körében zajlott, így természetesen nem tekinthető reprezentatívnak. A válaszadók valamennyien az Y-generációhoz tartoznak, ez pedig azért fontos, mert például a labdarúgó-mérkőzéseken legkevésbé ők képviseltetik magukat. A helyszíni szurkolók kétharmada a 40 évnél idősebb korosztályba tartozik (Kassay 2018), így a fiatalok motivációjának és véleményének megismerése kardinális kérdés nemcsak a jövő, hanem a jelen szempontjából is.

Eredmények

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a válaszadók között a legnépszerűbb csapatsport tetemes előnnyel a labdarúgás. A kitöltők közel fele a futballt jelölte meg kedvenc sportágaként.

A labdarúgást a kézilabda követi, némileg meglepő módon harmadik a röplabda, majd kosárlabda, vízilabda és jégkorong a sorrend (1. ábra). A röplabda „előkelő” helyezése feltételezhető módon annak köszönhető, hogy a mintában fiatal nők felülreprezentáltak.



1. ábra Kedvenc látvány-csapatsportág (n=178)

Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

A Cronbach-alfa értékét 0,7 felett rendszerint megbízhatónak tekinthetjük (Kovács et al 2017). Mint már korábban említettük a 9 faktor közül egytől eltekintettünk, ugyanis az alfa értéke már a skála kialakításakor is 0,68 volt, ami megkérdőjelezhető. A reliabilitás vizsgálat eredményeként megállapítható, hogy az egyes faktorok Cronbach-alfa értékei az elfogadható 0,7 feletti, a drámától eltekintve meghaladják a 0,8-at, amelyek már a jó kategóriába tartoznak. A kapott eredmények azt mutatják, hogy a skála megbízható, így alkalmas a faktorelemzés lefolytatására (2. táblázat).

2. táblázat Reliabilitási vizsgálat

Faktor	Cronbach-alfa érték
Siker	0,88
Ismeret	0,89
Esztétika	0,85
Dráma	0,77
Szórakozás	0,89
Vonzalom	0,85
Teljesítmény	0,87
Közösséghez való tartozás	0,82

Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

A KMO-érték az egyik legfontosabb mérőszám annak a megítélésére, hogy a változók mennyire alkalmasak a faktorelemzésre. A KMO mutatószámot 0,7 felett megfelelőnek tekinthetjük (Sajtos - Mitev 2007). Jelen vizsgálatban a KMO-érték meghaladta a 0,7-es értéket, egészen pontosan 0,872, ami a nagyon jó kategóriába tartozik, és a Bartlett teszt is szignifikáns, azaz a változók összefüggenek. A KMO-érték és a szignifikáns Bartlett teszt azt mutatja, hogy a változók alkalmasak a faktorelemzésre (3. táblázat)

3. táblázat KMO és Bartlett teszt

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)	,872
--------------------------	------

	Becsült khi négyzet	2829,715
Bartlett Teszt	Szabadságfok	276
	Szignifikancia	,000

Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

A KMO és Bartlett teszt után Varimax rotációt alkalmaztunk, melynek lefuttatása 5 faktort eredményezett, amelyek a variancia 62,84%-át magyarázzák. A faktorelemzés nem tükrözi a Trail és James (2001) által feltárt 8 (a családdal együtt 9) faktort, ugyanis az itemek 5 faktorba rendeződnek. A rotált faktormátrixról azt olvashatjuk, hogy az esztétika, a dráma és a teljesítmény tényezőkhöz tartozó állítások egy faktorba kerültek, ahogyan a sikerhez és az ismerethez tartozó itemek is. A szórakozás, a vonzalom és a közösséghez való tartozás tényezők kapcsán hasonló eredmény mutatkozik, mint Trail és James (2001) vizsgálata során (4. táblázat).

4. táblázat Rotált faktormátrix

	Faktor				
	1	2	3	4	5
Teljesítmény 2	,801				
Teljesítmény 1	,789				
Teljesítmény 3	,741				
Dráma 1	,656				
Esztétika 2	,632				
Esztétika 1	,622				
Esztétika 3	,571				
Dráma 2	,550				
Dráma 3	,487				
Siker 1		,763			
Ismeret 1		,759			
Siker 2		,733			
Ismeret 2		,698			
Ismeret 3		,695			
Siker 3		,650			
Vonzalom 2			,874		
Vonzalom 3			,769		
Vonzalom 1			,745		
Szórakozás 1				,800	
Szórakozás 2				,761	
Szórakozás 3				,605	
Közösség 2					,822
Közösség 3					,782
Közösség 1					,562

Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

Tekintettel a faktorelemzés eredményére 3, illetve 2 faktor esetében új megnevezésre van szükség. Az esztétika, a dráma, illetve a teljesítmény faktorokat összefoglalóan úgy gondoljuk, hogy a látványosság írja le legjobban. A siker tényezőkhöz pedig olyan állítások tartoztak, mint például „személyes sikeremnek érzem, ha a csapat jól teljesít”, így véleményünk szerint a csapattal kapcsolatos ismeretekkel együtt e faktor elnevezésekor, a csapattal való azonosulás a

legadekvátabb. Az MSSC szurkolói motivációs skála az adaptáció után, így 5 faktorból: a látványosságból, a csapattal való azonosulásból, a szórakozásból, a vonzalomból, illetve a közösséghez való tartozásból áll (5. táblázat).

5. táblázat MSSC szurkolói motivációs skála

Trail és James (2001)		Balogh és Bácsné (2018)	
Faktorok	Itemek száma	Faktorok	Itemek száma
esztétika	3		
dráma	3	látványosság	9
teljesítmény	3		
siker	3		
ismeret	3	csapattal való azonosulás	6
szórakozás	3	szórakozás	3
vonзалom	3	vonзалom	3
közösséghez való tartozás	3	közösséghez való tartozás	3
család	3	-	-

Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

Következtetések

A magyar látvány-csapatsportágak valamennyi szereplője, kisebb-nagyobb mértékben nézőszám problémákkal kénytelen szembenézni. Annak érdekében, hogy a látvány-csapatsportágak Magyarországon is az üzleti alapú működés irányába mozduljanak, elengedhetetlen, hogy növekedjen a nézőszám, és vele együtt a jegy és bérletbevételek, hiszen ez a további piacokra is hatást gyakorolna. Természetesen a több néző és szurkoló, befolyással lehet a merchandising bevételekre. A megtelt lelátókkal rendezett mérkőzések hozzájárulhatnak a közvetítési jogok értékének a növekedéséhez, a magasabb helyszíni átlagnézőszám, illetve a televíziós nézettség pedig a vállalatok érdeklődését is felkeltheti, amely szponzori bevételek formájában megjelenhet a klubok költségvetésében.

Az MSSC vagy a Kajos és munkatársai (2017) által adaptált SPEED-H skálák a passzív sportfogyasztók viselkedése mögött húzóó motivációk feltárására és megismerésére alkalmasak. A szurkolói motivációs skálák segíthetnek a látvány-csapatsportágak képviselőinek megérteni a szurkolók magatartását és viszonyulását a klubhoz. Az egyes helyi specialitások miatt feltételezhetően eltérések mutatkozhatnak az egyes befolyásoló tényezőkben, amelyet a szereplőknek rendkívül hasznos ismerniük, hiszen ezek előmozdíthatják a nézőszám emelkedést. Úgy gondoljuk, hogy a jövőben célszerű lenne egy reprezentatív mintán felmérést készíteni, és az egyes demográfiai jellemzőkkel összevetni, amelyek köszönhetően szegmentációs eszközként is szolgálhatna az MSSC.

A passzív sportfogyasztás visszaeséséhez számos társadalmi és kulturális tényező járult hozzá, amelyek motivációk mérésével nem, vagy csak részben mérhető fel. Azt is fontos megjegyezni, hogy valamennyi skála az Egyesült Államokban vagy a fejlett nyugat-európai sportközegben készültek. A szakirodalmak jelentős részében a nézőket nem szurkolóként, hanem fogyasztóként azonosítják. A fejlettebb, nyugati sportkultúrákban tulajdonképpen evidenciaként tekintenek arra, hogy az emberek életéhez hozzátartozik a sportesemények látogatása. Magyarországon azonban jelenleg azt a kérdést kell feltennünk, hogy miért nem járnak mérkőzésekre a lakosok, amelyet véleményünk szerint másféle megközelítéssel kell

vizsgálni. Éppen ezért úgy gondoljuk, hogy a szurkolói motivációs skálák nagymértékben segíthetik a sportesemények nézőszám növekedését, mindazonáltal látni kell azok korlátait is.

Köszönetnyilvánítás

A publikáció elkészítését az EFOP-3.6.2-16-2017-00003 számú projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.

Irodalomjegyzék

1. András K. (2003): Üzleti elemek a sportban, a labdarúgás példáján keresztül. PhD. értekezés, Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem. 42-69.p.
2. Baade R. A. - Tiehen L. J. (1990): An analysis of Major League Baseball attendance, 1969-1987. In: Journal of Sport and Social Issues. Vol. 14, No. 1. 14-32.p. ISSN: 0193-7235 <https://doi.org/10.1177/019372359001400102>
3. Bács Z. - Kozma G. (2018): Sportlétesítmények a köz szolgálatában: a multifunkcionális stadionok. In: Magyar Sporttudományi Szemle, Vol. 15, No. 2. 27-34.p. ISSN: 1586-5428
4. Funk, D. C. - Filo, K. - Beaton A. A. - Pritchard M. (2009): Measuring the motives of sport event attendance: Bridging the academic-practitioner divide to understanding behavior. In: Sport Marketing Quarterly, Vol. 18, No. 3. 126–138.p. ISSN: 1061-6934
5. <https://doi.org/10.1177/019372395019004004>
6. Kahle L. R. - Kambara K. M. - Rose G. M. (1996): A functional model of fan attendance motivations for college football. In: Sport Marketing Quarterly, Vol. 5, No. 4. 51-60.p. ISSN: 1061-6934
7. Kajos A. - Prisztóka Gy. - Paic R. (2017): A nézőtéri sportfogyasztás motivációit mérő, magyar nyelvű „SPEED-H” skála validációja és néhány eredménye. In: Vezetéstudomány Vol. 48, No.10. 19-31.p. ISSN: 0133-0179 <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.10.03>
8. Kassay L. (2018): Ismerjük a helyszíni szurkolás nézői attitűdjeit a hazai hivatásos labdarúgásban? In: Magyar Sporttudományi Szemle, Vol. 15, No. 1. 4-12.p. ISSN: 1586-5428
9. Kovács B. - Szakály Z. - Kontor E. - Polereczki Zs. (2017): A piacorientáció kulturális és magatartási megközelítésének empirikus összehasonlító elemzése. In: Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok, Vol. 12, No. 4. 159-174.p. ISSN: 1788-7593
10. Milne G. R. - McDonald M. A. (1999): Sport marketing: Managing the exchange process. Jones and Bartlett Publishers, Sudbury. ISBN: 9780763708733
11. Müller A. - Bíró M. - Hidvégi P. - Váczi P. - Plachy J. - Juhász I. - Hajdú P. - Seres J. (2013): Fitness trendek a rekreációban. In: Acta Academiae Agriensis. XL. 25-35.p. ISSN 1498-6917
12. Müller A. (2009): A legújabb trendek a sportmarketing és menedzsment területén. In: Magyar Sporttudományi Társaság Sportinnovációs Szakbizottság Évkönyve. 59-63.p.
13. Muszbek M. (2012): Sport és gazdaság. In: Sterbenz T., Géczi G. (szerk.): Sportmenedzsment. Semmelweis Egyetem Testnevelési és Sporttudományi Kar, Budapest. 253-255.p. ISBN: 9786155196010.
14. Nagy I. Z., Bácsné B. É. (2014): Szervezeti átalakulások futballvállalkozásoknál. In: ACTA Agraria Debreceniensis, 2014, No. 58.141-146p. ISSN: 1587-1282
15. Peterson R. A. - Kim Y. (2013): On the relationship between coefficient alpha and composite reliability. In: Journal of Applied Psychology. Vol. 98, No. 1. 194-198.p. ISSN: 0021-9010 <http://dx.doi.org/10.1037/a0030767>

16. Ráthonyi-Ódor K. - Borbély A. (2017): Sport - Finanszírozás – eredményesség. In: Testnevelés, Sport, Tudomány / Physical Education, Sport, Science. Vol. 2, No. 1-2. 67-73.p. ISSN: 2498-7646
17. Sajtos L. - Mitev A. (2007): SPSS Kutatási és adatelemzési kézikönyv. Alinea Kiadó, Budapest. ISBN: 9789639659087
18. Shank M. D. (2001): Sport Marketing – A Strategic Perspective. Prentice Hall, New Jersey. ISBN: 9780130407917
19. Stocker M. - Szabó T. (2017): A sportirányítás gazdasági kérdései. Magyar Sporttudományi Társaság, Budapest. 56-78.p. ISBN: 9786155187124.
20. Takács Sz. - Kárász J. (2014): Egy egyszerű, újfajta kereszt-validálási eljárás bemutatása. In: *Psychologia Hungarica Caroliensis*. Vol. 2, No. 1. pp. 65-77.p. ISSN: 2064-2504
21. Trail G. - James J. (2001): The motivation scale for sport consumption: assessment of the scale's psychometric properties. In: *Journal of Sport Behavior*. Vol. 24, No. 1. 108-127.p. ISSN:0162-7341
22. Wakefield K. L. - Blodgett J. G. (1996): The effect of the servicescape on the customers' behavioral intentions in leisure service settings. In: *Journal of Services Marketing*. Vol. 10, No. 4. 45-61.p. ISSN: 0887-6045 <https://doi.org/10.1108/08876049610148594>
23. Wann D. (1995): Preliminary validation of the sport fan motivation. In: *Journal of Sport and Social Issues*, Vol. 19, No. 5. 377-396.p. ISSN: 0193-7235
24. Zhang J.J. - Pease D.G. - Hui S.C. - Michaud T.J. (1995). Variables affecting the spectator decision to attend NBA games. In: *Sports Marketing Quarterly*, Vol. 4, No. 4. 29-39.p. ISSN: 1061-6934.

**A NEMZETI AGRÁRGAZDASÁGI KAMARA HEVES MEGYEI TANÁCSADÓINAK
SZEREPE A GAZDÁLKODÓK ÉLETÉBEN**
THE ROLE OF NATIONAL AGRICULTURAL CHAMBER'S ADVISORS IN THE LIFE
OF FARMERS IN HEVES COUNTY

Bencze Tibor

helyszíni ellenőr

Heves Megyei Kormányhivatal Agrár- és Vidékfejlesztést Támogató Főosztály

E-mail: bence.tibee@gmail.com

Összefoglalás

Jelen kutatásom a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara Heves megyei tanácsadóinak szerepére terjed ki a gazdálkodók életében. A téma aktualitását az adta, hogy 2014-óta a Falugazdász hálózatot a Nemzeti Agrárgazdasági Kamarához tartozik.

A 2013. március 28-án létrejött Magyar Agrár-, Élelmiszergazdasági és Vidékfejlesztési Kamara, feladata a hazai agrár- és élelmiszerszektor erősítése, érdekeinek érvényesítése, a magyar élelmiszerek versenyképességének támogatása, továbbá a szaktanácsadás, ezen kívül gyors, pontos és megbízható információk eljuttatása a termelőkhez.

A falugazdászok átvételével a NAK saját eddigi kamarai tanácsadóival együtt egységes, „egyablakos” gazdatámogató rendszert hozott létre. A falugazdász és a korábbi kamarai tanácsadói hálózat egyesítésével egy 670 fős, egységes országos hálózat jött létre. A megyében 25 fő falugazdász, 4 fő falugazdász adminisztrátor végzi a hozzájuk kapcsolódó feladatokat a fő falugazdász koordinálásával. Az átállás során megtartották a körzetközponti felosztásokat és jelenleg 5 központban (Eger, Hatvan, Heves, Detk, Füzesabony) várják ügyfeleiket, illetve Gyöngyösön is található a hét minden napján nyitva tartó iroda, ahol az elnöki kabinet is helyet kapott.

Kutatásomban kérőíves felmérés segítségével vizsgáltam a Heves megyében dolgozó falugazdászok életkorát, falugazdászként eltöltött éveket, valamint a munkájuk során elvégzett feladataikat.

A Heves megyében mezőgazdasági tevékenységet folytatóknak készített kérdőívben vizsgáltam az adott személy életkorát, nemét, iskolai végzettségét, ismeri-e a településén illetékes falugazdászt, illetve felkereste már ügyintézés céljából. A kérdőív utolsó kérdésében arra szerettem volna választ kapni, hogy a falugazdászok a gazdálkodókra nehezedő adminisztratív terhek hány százalékában tudnak segíteni.

Összességében elmondható, hogy a gazdálkodó társadalom minden tagja életében fontos szerepet tölt be a falugazdász hálózat.

Abstract

The Hungarian Chamber of Agriculture (HCA) was established in the spring of 2013 as a public body. The main tasks of the HCA are strengthening and advocacy of domestic agricultural and food sector, supporting the competitiveness of Hungarian food, furthermore the consultancy and delivering fast, accurate and reliable information to farmers. After the integration of village consultants' network in 2014, the HCA established a unified support system for farmers. This system is based on five pillars: information, consulting, training, project management and European Innovation Partnership.

In Heves County, 25 village consultants and 4 village consultant administrators perform advisory tasks coordinated by the chief village consultants. The scope of official duties performed by the network: crop estimation, data collection and reporting tasks associated with state rating, assessment of damages in agriculture etc. The advisors validate about 9500 farmers' cards year by year.

In my research I examined the main features of the village consultants and farmers receiving services (such as age, gender, level of education, professional experience, current scope of activities and contacts between the two groups). I hypothesized that the age and vocational qualifications of the farmers are determining the number of services used.

To answer my research questions I performed primary data collection in Heves County. I compiled two questionnaires, one for the farmers (N=150) and one for the village consultants (N=18). To answer the remaining outstanding issues, I conducted interview-based survey involving 4 experts. In the course of the survey research for the village consultants I examined their most important activities and ranked them by the number of mention.

Overall, the village consultant network plays an important role in the life of the farmers regardless of age or level of education.

Kulcsszavak: *mezőgazdasági tanácsadás, tanácsadó szervezetek, falusi tanácsadók, információáramlás, adminisztratív feladatok*

JEL besorolás: *Q16*

LCC: *S544-545.53*

Bevezetés

A falugazdászok jelentőségével és az általuk nyújtott szolgáltatásokkal már régóta tisztában vagyok, mert a családom is mezőgazdasági tevékenységet folytat, de tanulmányaim során ismerkedtem meg részletesebben a feladataikkal. Bemutatom a falugazdászok rendszerváltás utáni történetét, feladataikat, és a falugazdászokkal szemben támasztott követelményeket.

Kutatásomat a Heves-megyei falugazdászoknál végeztem, ahol vizsgáltam a megyében dolgozó falugazdászok feladatait.

A falugazdász szolgáltatásokat a mezőgazdasági termelők veszik igénybe, ezért fontosnak tartottam a vizsgálatba vonásukat. A vizsgált célcsoportnál elemeztem a gazdálkodók általános adatait és a kutatás kiterjedt a gazdálkodás mellett megjelenő adminisztrációs terhekre is.

Fontosnak tartottam elemezni, hogy a gazdátársadalom milyen rendszerességgel tart kapcsolatot a falugazdászával és milyen szolgáltatásokat vesznek igénybe. A kutatásom elvégzéséhez kérdőíveket készítettem, amelyek nagy részét személyesen töltöttem ki, annak érdekében, hogy legyen lehetőségem személyesen megismernem az adott személyt. A vizsgálatom során sikerült elkészítenem néhány mélyinterjút, hogy jobban megismerhessem az adott témát.

A kutatás előtt az alábbi hipotéziseket állítottam fel:

1. Minél magasabb szakirányú végzettsége van egy adott gazdálkodónak, annál kevésbé veszi igénybe a falugazdász szolgáltatásait.
2. A 40 év alatti felsőfokú végzettséggel rendelkező gazdálkodók a rájuk nehezedő adminisztrációs terhek tekintetében minimálisan kérik a falugazdász segítségét.
3. A 40 év alatti és a 40 fölötti gazdálkodók aránya azonos Heves megyében.

Anyag és módszer

Falugazdászok a Nemzeti Agrárgazdasági Kamaránál

A falugazdászok átvételével a NAK saját eddigi kamarai tanácsadóival együtt egységes, „egyablakos” gazdatámogató rendszert hozott létre, amelyet NEGTÁR néven működtet. Az új rendszer 8 milliárd forintba került, de a NAK szerint így is egymilliárddal olcsóbb a régi széttagolthoz képest. (Pap 2014)

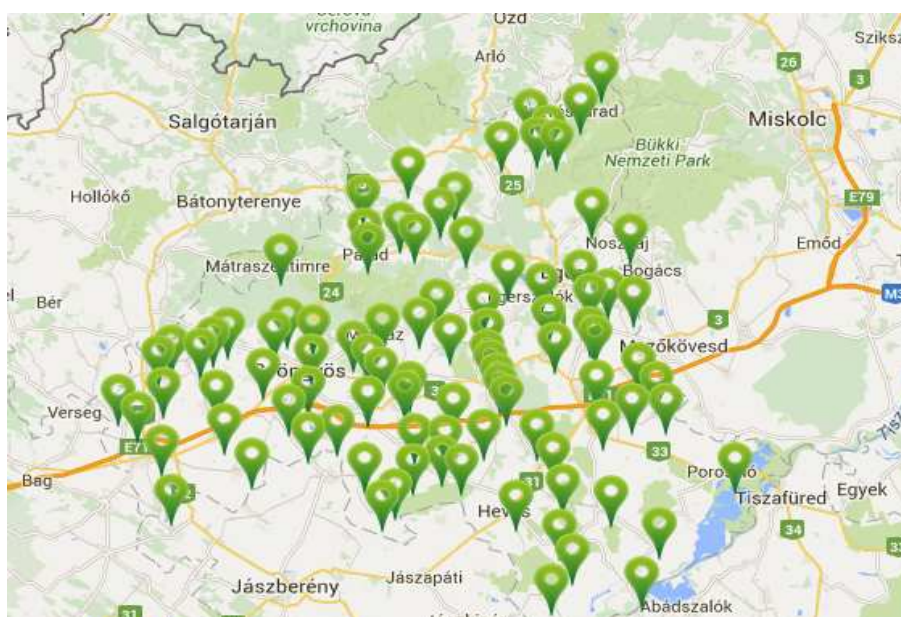
A kormány a NAK-kal kötött együttműködési megállapodás alapján határozott arról, hogy az agrárgazdasági kamara átveheti a falugazdászokat a megyei kormányhivatalok földművelésügyi igazgatóságaitól.

Az átvett falugazdászok a 202 fő jelenlegi agrárkamari tanácsadóval kiegészülve egységes, egyablakos gazdatámogatói hálózatot alkotnak a NEGTÁR-on belül. A rendszer célja, hogy minden gazdálkodói problémára megoldást találjanak. A NAK legfontosabb és leginkább érzékelhető feladata a tanácsadás (Nagyné 2014).

Falugazdászok Heves megyében

A falugazdász és a korábbi kamarai tanácsadói hálózat egyesítésével egy 670 fős, egységes országos hálózat jött létre. A megyében 25 fő falugazdász, 4 fő falugazdász adminisztrátor végzi a hozzájuk kapcsolódó feladatokat a fő falugazdász koordinálásával. Az átállás során megtartották a körzetközponti felosztásokat és jelenleg 5 központban (Eger, Hatvan, Heves, Detk, Füzesabony) várják ügyfeleinket, illetve Gyöngyösön is található a hét minden napján nyitva tartó iroda, ahol az elnöki kabinet is helyet kapott. Természetesen a településeken korábbi szokások megtartásával tartanak fogadási időket, így könnyen eljuthat mindenki a falugazdászához és megkaphatja a gazdálkodásához szükséges információkat. (www.nak.hu)

A Heves megyében dolgozó falugazdászok az 1. ábrán jelölt településeken látják el a feladataikat.



1. ábra: Heves megyei falugazdászok ügyfélszolgálati irodái

Forrás: www.nak.hu, saját szerkesztés 2018

A hálózat számos hatósági feladatot lát el. Ezek közé tartoznak egyebek mellett a termésbecsléssel, állapotminősítéssel összefüggő adatgyűjtési és adatszolgáltatási feladatok, a mezőgazdasági káresemények felmérése, a kölcsönös megfeleltetéssel kapcsolatos ellenőrzés és a meg nem munkált területek ellenőrzése.

A feladatok közül külön kiemelhető, hogy ők végzik az őstermelői igazolványok kiadását és érvényesítését, amely új kamarai szolgáltatásként 2014. január elsejétől ingyenes. Megyénkben 9500 őstermelői igazolvány érvényesítését végzik évről évre.

Az őstermelői igazolvány és a közös őstermelői igazolvány a mezőgazdasági őstermelőre vonatkozóan igazolja, hogy mezőgazdasági őstermelői tevékenységet folytat, és jogosult a személyi jövedelemadóról szóló 1995. évi CXVII. törvény (Szja. tv.) mezőgazdasági őstermelőre vonatkozó rendelkezései szerinti adózásra. (www.net.jogtar.hu2)

Eredmények

Falugazdászok vizsgálata

A megyében 25 falugazdász dolgozik, ebből 5 nő és 20 férfi. A vizsgálatom ideje alatt 18 falugazdással sikerült felvennem a kapcsolatot. A 18 főből mindenki szívesen kitöltötte a kérdőívet és ezzel segítették a kutatásom.

A kérdőívek feldolgozását követően arra az eredményre jutottam, hogy az falugazdászok medián életkora 45 év. Megállapítható tehát, hogy nagyobb részben fiatal korosztály dolgozik a Heves megyei falugazdászoknál. Ez nagyon fontos, mert a fiatalok nyitottabbak az újításokra, mobilabbak és jobban terhelhetők.

A vizsgált célcsoportban található olyan személy, aki 2 éve falugazdász, de olyannal is találkoztam, aki már 22 éve dolgozik ebben a beosztásban. A kérdőívet kitöltők átlagos 11 éve dolgoznak falugazdászként, ez nagyon jónak mondható, mert már az évek alatt nagyon sok szakmai tapasztalatot szereztek és a gazdák bátran fordulnak hozzájuk.

Továbbiakban vizsgáltam a Heves megyében beadott Egységes Kérelmek (Területalapú támogatás) számát 2017.évben, melyet az 1. táblázatban mutatok be.

1. táblázat: Egységes Kérelmek száma 2017-ben

A beadást végző Darab	Falugazdász	Ügyfél	Összesen
	4300 db	1765 db	6125 db

Forrás: saját szerkesztés, 2018.

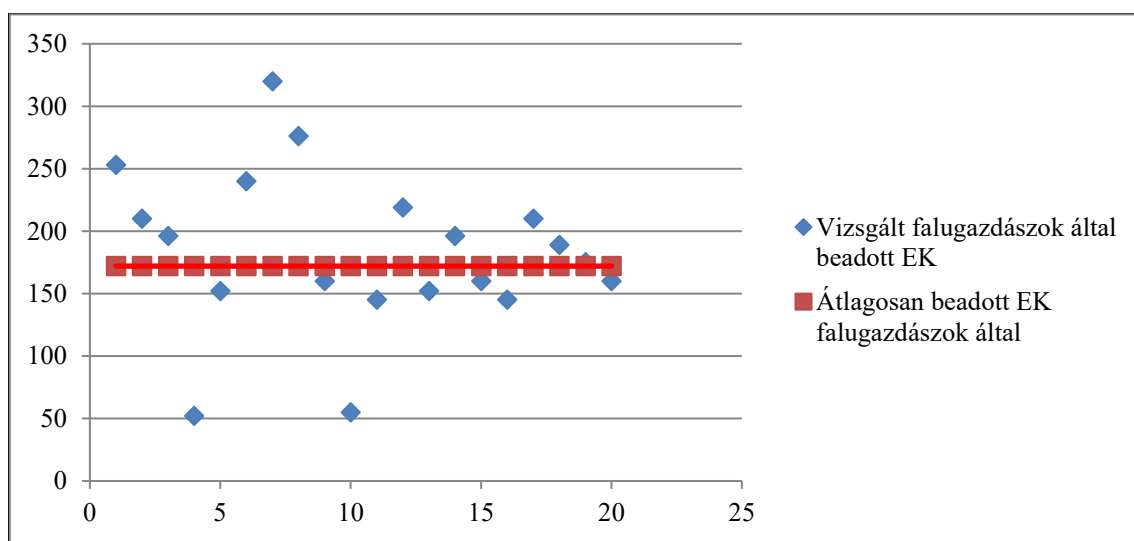
A táblázatban látható hogy Heves megyében összesen 6125 db Egységes Kérelem került benyújtásra a Heves Megyei Kormányhivatal Agrár- és Vidékfejlesztést Támogató Főosztályhoz (AVTF). A falugazdászok által benyújtott 4300 db kérelem az kérelemnek a 70%-a. Ez a szám nagyon jónak mondható, mert a falugazdászok által beadott kérelmek száma 50% fölött vannak és ez is alátámasztja, hogy a tény, hogy a gazdálkodóknak nagy szükségük van a falugazdászokra.

2015. évi egységes kérelmek benyújtása egy összetettebb, új felületen történő beadást jelentett a falugazdászok számára. Az új rendszer bonyolultsága ellenére a megyei gazdálkodók ki lettek szolgálva és kérelmük beadásra került. A jogszabályi változás eredményeként, miszerint

területalapú támogatás 1 ha után jár, a megyei kérelmezők száma 800-al csökkent az előző évhez képest.

2017. évi falugazdászok által beadott területalapú támogatások 298 darabbal növekedtek 2015. évhez képest, ez az adat is bizonyítja, hogy a gazdálkodók egyre nagyobb számban keresik fel a falugazdászokat a kérelmük beadásával kapcsolatban.

A kitöltött kérdőívek is alátámasztják a fent említett adatokat. A 18 válaszadó közül találkozhatunk olyan falugazdással aki a 2017. évben 52 darab Területalapú támogatást adott be, de vizsgálat során találtam olyan illetőt is aki 320 darab kérelmet nyújtott be. Átlagosan 203 kérelem jut egy falugazdászra, ami alátámasztja a 4300 darab kérelmet, mert ha a 4300 darab kérelmet vizsgáljuk a 25 fő falugazdászra, akkor átlagosan 172 darab kérelem jut egy főre. A számokat, hogy jobban tudjam szemléltetni az 2. ábrán mutatom be.



2. ábra: A beadott Egységes Kérelmek száma a vizsgált falugazdászok körében

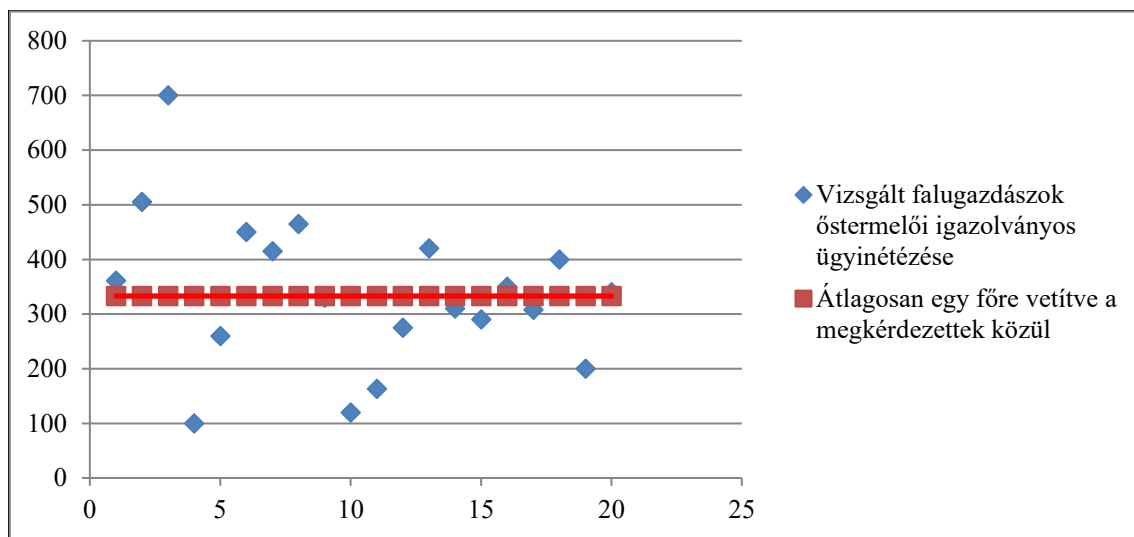
Forrás: Saját szerkesztés, 2018

Az ábrán látható, hogy sok falugazdász az átlagosnál jóval több kérelmet nyújtott be, de ez köszönhető annak is, hogy több település tartozik hozzá és így több gazdával tartja a kapcsolatot.

A kérdőív másik fontos kérdése az volt, hogy a vizsgált falugazdásznak 2017-ben mennyi östermelői igazolványos ügyintézése volt. 2016. január 1-ével hatályba lépett az új, a mezőgazdasági östermelői igazolványról szóló Kormányrendelet. A rendelet mind a Magyar Program, mind a Kormány jelenlegi bürokráciacsökkentési törekvéseivel összhangban van, megteremti az elektronikus eljárás és a jelenlegi papír alapú igazolványok helyett a kártya alapú igazolvány bevezetésének feltételeit.

Az östermelői igazolványokkal kapcsolatos ügyintézés, az igazolvány kiadása, módosítása, cseréje és bevonása továbbra is az ügyfél állandó lakóhelye szerint illetékes falugazdásznál kérelmezhető.

A kérdőívem alapján kiderült, hogy a megkérdezetteknek átlagosan 376 darab östermelői igazolvánnyal kapcsolatos ügyintézése volt, melyet a 3. ábrán mutatok be részletesen.



3. ábra: Őstermelői igazolványok ügyintézése a 2017. évben

Forrás: Saját szerkesztés 2018

Az ábrán is látható, hogy nagyon különböző ezen ügyek száma. Van olyan falugazdász, aki 100 darab ilyen ügygel foglalkozott, ő két éve falugazdász. A legtöbb ilyen jellegű ügyintézése egy 62 éves falugazdásznak volt, aki már 17 éve falugazdász. Ő személy szerint 700 darab ilyen jellegű ügygel foglalkozott és 730 gazdával tartja rendszeresen a kapcsolatot.

Az elvégzett vizsgálatok alapján még megállapításra került az is, hogy egy adott falugazdászhoz hány település tartozik, hány gazdálkodóval tartja a kapcsolatot és évente egy gazdálkodó átlagosan hányszor keresi fel. A kitöltött kérdőívek alapján megállapítható volt, hogy egy személyre 2-6 település jut, ahol ügyfélszolgálati irodáik vannak fenntartva és ügyfélfogadási idejük. Ezen adatokat meg tudjuk tekinteni a NAK honlapján és az 1. ábrán is szerepelnek a Heves megyei ügyfélszolgálati irodáik.

A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara dolgozóinak feltett hetedik, gazdálkodókra vonatkozó kérdésben arra voltam kíváncsi, hogy hány termelő tartja rendszeresen a kapcsolatot a falugazdászával.

A megkérdezettek közül ezen kérdésre adott válaszban 60 gazdálkodó volt a legalacsonyabb szám, de a válaszadók között volt olyan is aki 730 fővel tart rendszeres kapcsolatot. A falugazdászok nagy része fejenként 200 termelő felett tart folyamatos kapcsolatot.

A vizsgált célcsoportot a gazdák évente legalább 2-szer felkeresik, ezek az alkalmak valószínűsíthetően az Őstermelői igazolvány érvényesítése és a Területalapú támogatás beadásának időszaka. Vannak olyan gazdálkodók, akik évente akár 5-ször is felkeresik a falugazdászukat egyéb ügyintézés céljából, amelyet a következő részben fejtek jobban ki.

A kutatásom utolsó részében arra voltam kíváncsi, hogy melyek a leggyakoribb ügyek, amelyekkel felkeresik a termelők a kamara dolgozóit. Számomra is egyértelmű volt, hogy a két leggyakoribb vagy inkább úgy is mondhatnám, hogy a majdnem mindenki által megemlített az Egységes Kérelmek beadása és az Őstermelői igazolvány érvényesítése volt.

Az egyéb ügyintézésében a legtöbbet megemlített az Agrár- és Vidékfejlesztést Támogató Főosztállyal kapcsolatos ügyekben a segítségnyújtás. A termelőknek gyakran okoz nehézséget

a hivataltól kapott levelek értelmezése, azzal kapcsolatos ügyintézés, az ilyen levelekkel gyakran fordulnak a falugazdászaihoz.

A másik sokat megemlített ügy a Termeléshez kötött anyatehéntartás támogatás. Néhány szó a Termeléshez kötött támogatásról.

A támogatás az alábbi feltételeknek megfelelő állatra nyújtható be:

- házasított szarvasmarhaféle;
- nőivarú;
- a kérelem benyújtásának napján kora legalább 8 hónap;
- húshasznú vagy kettős hasznosítású típusba tartozik (mely meghatározott fajtakóddal legkésőbb a kérelem benyújtásának napjáig bejelentésre kerül a Szarvasmarha ENAR rendelet szerinti nyilvántartásba);
- olyan állományhoz tartozik, amelyben 50%-ot meghaladó mértékben hústermelés céljából nevelnek borjakat;
- támogatási kérelmen bejelentett állat az egységes kérelem benyújtását követő kötelező hat hónapi birtokon tartás alatt a termelő tenyészetében van;
- tenyészete igazoltan gümőkór, brucellózis és leukózismentes, a mentességnek már a kérelem benyújtásakor fenn kell állnia az állományban;
- az egyed után a korábbi években termeléshez kötött tejhasznú tehéntartás támogatást nem vettek igénybe.

A támogatás mértéke évente a támogatott egyedlétszám alapján kerül meghatározásra. Összes rendelkezésre álló keret: 34,932 millió euró. (www.njt.hu1)

Továbbiakban vizsgáltam a Heves megyében beadott 2017. évben Anyatehéntartás támogatást, melyet az 2. táblázatban mutatok be.

2. táblázat: Termeléshez kötött anyatehéntartás támogatás 2017.-ben

A beadást végző Darab	Falugazdász 1783 db	Ügyfél 3381 db	Összesen 5164 db
----------------------------------	------------------------	-------------------	---------------------

Forrás: saját szerkesztés 2018

Heves megyében a beadott anyatehéntartás támogatási kérelem 5164 darab volt, melyből 1783 darabot a falugazdászok nyújtották be. Megfigyelhető, hogy ebben is jelentős szerepet vállaltak a falugazdászok, mert a kérelmek 35%-át ők nyújtották be.

A Heves megyei gazdálkodók vizsgálata

Kutatásomban kérőíves felmérés segítségével vizsgáltam a Heves megyében mezőgazdasági tevékenységet folytatók egy részét. A kérdőívezés során 150 gazdálkodóval sikerült kapcsolatot teremtenem, akik szívesen kitöltötték a kérdőívemet.

A kérdőívek feldolgozását követően arra az eredményre jutottam, hogy Heves megyében 40 év alatti mezőgazdasági tevékenységet folytatók aránya alacsonyabb a 40 év felettiek arányánál. A 40 év alatti korosztály alacsonyabb arányából arra következtetek, hogy a mezőgazdasági társadalom elöregedőben van, a fiatalabb korosztály még nem lát lehetőséget a mezőgazdaságban vagy sajnos nem érdekli őket. Ez nagy probléma lesz a jövőben, mert nem lesz utánpótlás ebben az ágazatban.

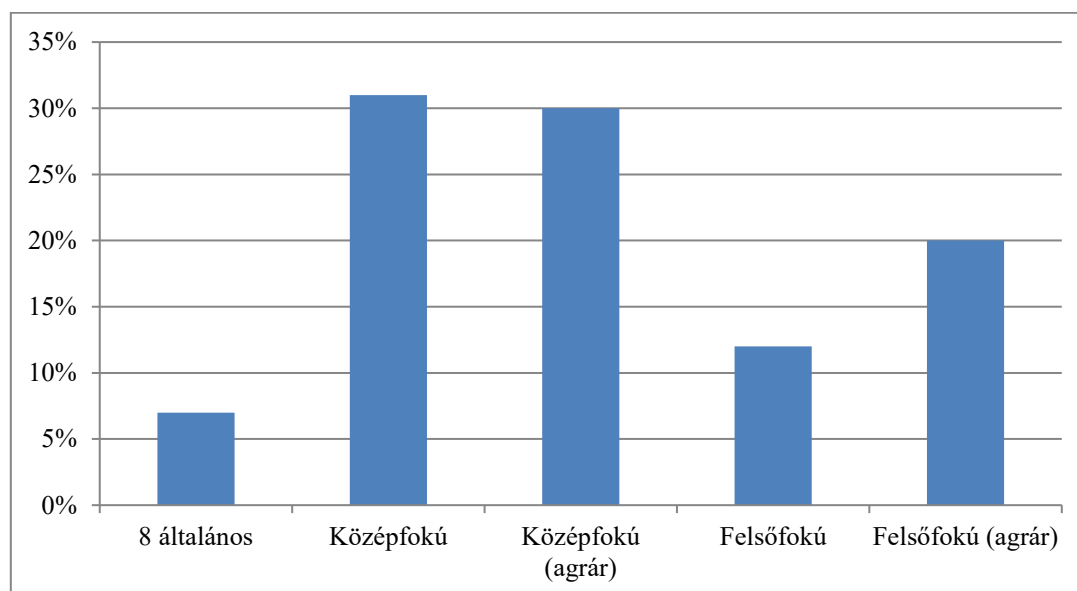
A kérdőív adatai alapján kiderült, hogy a mezőgazdaságban dolgozók 61 százaléka férfi és 39 százaléka nő. Az agrárágazatban a munkavállalók között magasabb férfiak aránya, a nehéz fizikai munka valamint gépkezelés és karbantartási munkák jelenléte miatt.

A vizsgált célcsoportban a legmagasabb iskolai végzettség is jónak mondható. A vizsgálatba bevont Heves megyei gazdálkodók között a legalacsonyabb számban voltak azok, akiknek a legmagasabb iskolai végzettsége 8 általános iskolai osztály volt.

A felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya 32%, a középfokú végzettséggel rendelkezők arány 61 %. Ez érhető is, mivel a mezőgazdasági tevékenységek elvégzése mellett az adminisztrációk és pályázatok megkövetelik a magasabb kvalifikáltságot.

A kapott eredményeket tovább elemezve megállapítható, hogy a szakirányú végzettséggel rendelkezők aránya is magas. A középfokú végzettséggel rendelkezők 49%-a, a felsőfokú végzettséggel rendelkezők 62%-ának szakirányú mezőgazdasági végzettsége van.

Az eredményeket, hogy jobban tudjam szemléltetni a 4. ábrán mutatom be.



4.ábra: A vizsgált gazdálkodók iskolai végzettségének százalékos megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés 2018

A nem agrár szakirányú végzettségük esetében valószínű, hogy fiatalabb korukban nem érdekelte őket a mezőgazdaság, nem láttak benne megélhetési lehetőséget. Ezeknek az ügyfeleknek a jövőben mindenképpen szükséges a középfokú szakirányú végzettség megszerzése, ha a jövőben is szeretnének támogatásokat igénybe venni, továbbá a földtörvény változásai is szükségessé teszik a szakmai képzettség meglétét, kivéve ha 3 éve mezőgazdasági tevékenységet folytat.

Az arra vonatkozó kérdésekre, hogy ismerik-e a gazdálkodók a településükön illetékes falugazdászt, az adott válaszok nagyon meglepőek voltak, de egyben nagyon megnyugtatóak is. A gazdák 100 százaléka ismeri a településén lévő falugazdászt.

A falugazdász ügyfélfogadási idejének ismeretére vonatkozó kérdésekre adott válaszokban már voltak eltérések. A megkérdezettek 88 százaléka tisztában van a Nemzeti Agrárgazdasági

Kamara dolgozójának ügyfélfogadási idejével, ez a magas arány nagyon jónak mondható, a maradék 12 százalék valószínű inkább telefonon keresi fel falugazdászát, hogy mikor mehetne be az ügyfélszolgálati irodájába.

A felmérés során megállapításra került, hogy a gazdálkodók 100 százaléka felkereste már a falugazdászát ügyintézés céljából az elmúlt időszakban. A véleményem szerint a termelők bátran keresik fel falugazdáikat, ha adminisztrációs problémáik vannak, mert bíznak szakmai tudásukban.

Kutatásom során, még érdekelt, hogy a gazdatársadalom évente hányszor keresi fel a Heves megyei falugazdászok ügyfélszolgálati irodáit. Ilyen jellegű kérdés a falugazdászok által kitöltött kérdőívben is szerepelt és azt kellett megállapítanom, hogy a kérdőívet kitöltött gazdák 69 százaléka háromnál több alkalommal keresi fel a falugazdászát.

A válaszadók csak 7 százaléka az, aki csak évente egyszer keresi fel a kamarai dolgozókat, ez valószínűsíthetően Östermelői igazolvány érvényesítés céljából. Az évi kétszer és háromszori felkeresés aránya azonos, azaz tizenkét-tizenkét százalék. Ezek a számok is alátámasztják azt a tényt, hogy a gazdálkodóknak nagy szükségük van az adminisztratív segítségnyújtásra.

A vizsgálatom utolsó előtti kérdésében arra voltam kíváncsi, hogy melyek a leggyakoribb ügyek, amelyekben segítséget kérnek a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara dolgozóitól. Hasonló jellegű kérdés is szerepelt a falugazdászok által kitöltött kérdőívben. Ami ott is egyértelművé vált, hogy a két leggyakoribb az Egységes Kérelem beadása és az Östermelői igazolvány érvényesítése volt, melyet az adatok is megerősítenek.

A megkérdezett majd kilencven százaléka jelölte be a Östermelői igazolvány érvényesítését és hetvenöt százaléka a Terület alapú támogatás beadását, azzal kapcsolatos ügyintézés, ami alá is támasztja a falugazdászok által a2017. évben beadott 4300 darab kérelmet.

A további két megjelölt leggyakoribb ügy a kamarai tagsággal kapcsolatos információk és a termeléshez kötött támogatás, melyet a falugazdászok nagy része megemlített. Érdekesség, hogy a földbérlettel, földvásárlással kapcsolatos információkkal keresik meg legkevésbé a falugazdászokat, amely azt is jelentheti, hogy a termelők nagy része ezekkel az információkkal tisztában van.

Az utolsó kérdésem az volt, hogy az adminisztrációs terhek hány százalékát veszik le a falugazdászok a gazdálkodók válláról. A válaszadók 70 százaléka mondta azt, hogy 50 százalék fölött van az a mennyiség, amiben a falugazdásza segít neki. A kérdőív feldolgozását követően nem talákoztam olyan termelővel, aki ne kért volna segítséget ügyintézés céljából és az adminisztrációs terhek csökkentésében.

Következtetések és javaslatok

A vizsgálatom során, hogy nagyobb betekintést kapjak az adott témában, személyes interjúkat készítettem 2 falugazdással és 2 fiatal mezőgazdasági termelővel. Az interjú során direkt választottam fiatal felsőfokú agrárvégzettséggel rendelkező gazdálkodókat. A kérdőívezés során, a személyes találkozásnál az idősebb gazdálkodóktól kapott információk alapján, a termelők falugazdáiktól kapnak plusz információkat és a technikai segítségnyújtásuk nélkül nagy bajban lennének. Ez fogalmazta meg bennem a kérdést, hogy a fiatal gazdálkodók igénylik-e a plusz információkat.

Az interjúk során kiderült, hogy a fiatal, magasan kvalifikált gazdálkodók már most is minden információforrást igénybe vesznek (falugazdász, internet, gazdafórum stb.), de a munkájuk során sokszor háttérbe szorul az adminisztráció, az információk nyomon követése. A falugazdászok sok esetben értesítik őket, ha gazdálkodásához szükséges kötelező határidő közeleg vagy új pályázati lehetőséggel kapcsolatos információik vannak.

A gazdálkodók jelentős része már most is pontosan tudja, hogy az időben kapott információ nemcsak a szankcióktól mentheti meg a vállalkozását, hanem versenyképességüket is jelentősen megnöveli.

A kutatásom elején megfogalmazott hipotéziseim egyike sem igazolódott be.

Az első miszerint, minél magasabb szakirányú végzettsége van egy adott gazdálkodónak, annál kevésbé veszi igénybe a falugazdász szolgáltatásait. A kérdőívek feldolgozása és az interjú készítése során fény derült arra, hogy a magasabb kvalifikáltság mellett is szüksége van a gazdálkodónak a falugazdászok szolgáltatásaira, mert vannak azok az ügyek, amiben csak ők tudnak segítséget nyújtani. A másik pedig az időhiány és a pontatlanság elkerülése miatt veszi igénybe a szolgáltatásait, mert a falugazdász az adott területtel napi rendszerességgel foglalkozik és folyamatosan megkapja a szükséges képzéseket, információkat.

A második hipotézisem az volt, hogy a 40 év alatti felsőfokú végzettséggel rendelkező gazdálkodók a rájuk nehezedő adminisztrációs terhekben minimálisan kérik a falugazdászok segítségét. Ez hipotézisem sem igazolódott be, mert a kérdőívek alapján ez a réteg is a legalacsonyabb számban a 11-25%-ig terjedő adminisztrációs terhekben kér segítséget a falugazdásztól, de volt, aki az 50% fölötti segítségkérést jelölte be. Az interjúalanyaim elmondásuk szerint 20%-ban és 25%-ban kérnek segítséget az adminisztrációs ügyek intézésében.

A harmadik hipotézisem és egyben az utolsó az volt, hogy a 40 év alatti és a 40 fölötti gazdálkodók aránya azonos a megyében. Sajnálatos módon ez a hipotézisem sem bizonyult valósnak. A megkérdezett gazdálkodók aránya az alábbiak szerint alakult, 25%-a 40 év alatti és 75%-a 40 év fölötti gazdálkodó.

Összességében elmondható, hogy a gazdálkodó társadalom minden tagja életében fontos szerepet tölt be a falugazdász hálózat.

Sajnos a Heves megyei gazdálkodók még mindig előregedőben vannak. Az elkövetkező időszakban oda kell figyelnünk, hogy a jövő nemzedékében fel kell kelteni az érdeklődését a mezőgazdaság iránt és lássanak benne megélhetési lehetőséget.

A falugazdászok a jövőben is hasonlóan végezzék a feladataikat, hogy a gazdák továbbra is ennyire pozitív véleménnyel legyenek róluk és reméljük, hogy a jövő gazdátársadalma is ki tudja majd használni a szolgáltatásaikat.

Irodalomjegyzék

Felhasznált szakirodalom:

1. Artim et. al., (2015), Vidékfejlesztési program kézikönyv, ISBN 978-615-5307-17-1
2. Átszervezik a falugazdász hálózatot, Kertészet és szőlészet, 2003/37. szám.
3. Félix P. (1994), Falugazdász-hálózat: terepre hívás, HVG, 1994/16. szám
4. Félix P. (1999), Falugazdász-hálózat: visszajátszás, HVG, 1999/3. szám

5. Kovács et. al., (2015), Zöldítés gazdálkodói kézikönyv, ISBN 978-615-5307-12-6
6. Nagyné Á. (2014), Ha tanácsra van szüksége, akkor irány a Kamara!, NAKlap 2014. január
7. Pap E. (2014), Húszéves a falugazdász-hálózat, Magyar mezőgazdaság, 2014/24. szám, pp. 8-9.

Internetes források:

1. Agrárfutár (www.agrarfutar.hu) Magyar Agrár-, Élelmiszergazdasági és Vidékfejlesztési Kamara <http://agrarfutar.hu/component/content/article/34-agrofutar/314-tisztelt-gazdalkodok.html> [Letöltve: 2018.01.20.]
2. NAK (www.nak.hu1) NAK tagsági tudnivalók <http://www.nak.hu/nyitolap/2-uncategorised/3144-ki-minosul-a-nemzeti-agrargazdasagi-kamara-tagjanak> [Letöltve: 2018.02.05.]
3. NAK (www.nak.hu2) NAK tagdíj bevallás <http://nak.hu/kamara/35-kotelezo-kamarai-regisztraco-es-tagdijbevallas> [Letöltve: 2018.02.06.]
4. NAK (www.nak.hu3) NAK bemutatás <http://www.nak.hu/kamara/rolunk> [Letöltve: 2018.02.04.]
5. NÉBIH (www.nebih.gov.hu) A falugazdász hálózat története https://www.nebih.gov.hu/szakteruletek/szakteruletek/foldmuv_ig/szakteruletek_fm/fo_fm/tortenet.html [Letöltve: 2018.02.07.]
6. Nemzeti Jogszabálytár (www.njt.hu1) 9/2015. (III. 13.) FM rendelet A termeléshez kötött közvetlen támogatások igénybevételének szabályairól [Letöltve: 2018.02.01.]
7. Nemzeti Jogszabálytár (www.njt.hu2) Magyar Agrár-, Élelmiszergazdasági és Vidékfejlesztési Kamara http://njt.hu/cgi_bin/njt_doc.cgi?docid=152712.242993 [Letöltve: 2018.02.02.]

**HÁZTARTÁSI MÉRETŰ KISERŐMŰVEK – NAPELEMES RENDSZEREK
GAZDASÁGOSSÁGI VIZSGÁLATA
ECONOMIC ANALYSIS OF HOUSEHOLD-SIZED SOLAR POWER PLANTS**

Hollósy Zsolt¹, Poór Judit², Csizmásné Tóth Judit³

^{1,2}egyetemi docens, ³főiskolai adjunktus

^{1,2}Pannon Egyetem, Georgikon Kar, ³Neumann János Egyetem, Gazdálkodási Kar,

E-mail: hollósy@georgikon.hu, pj@georgikon.hu, tothju@szolf.hu

Összefoglalás

A beruházási döntések gazdaságossági számításokkal történő megalapozása összetettségük és a jövőre való jelentős hatásuk miatt alapvetően fontos. Jelen publikációnkban az áramtermeléshez kapcsolódó, CO₂ kibocsátás csökkentést érintő beruházások gazdasági számításokkal történő megalapozásával foglalkozunk, tényadatok alapján. Beruházás-gazdaságossági mutatók segítségével értékelünk 3, 6, 12 és 50 kW teljesítményű, háztartási méretű áramtermelő kiserőműveket. A rendelkezésre álló és bemutatott statikus és dinamikus mutatók közül a nettó jelenérték (NPV), a dinamikus megtérülési forgó (DCF), a belső megtérülési ráta (IRR), és a diszkontált megtérülési idő (DPP) számítása elősegítette a beruházási változatok közti választást. Az elemzés során árazásra került a CO₂ kibocsátás, valamint a számviteli és adózást érintő vonatkozások. Eredményeink alapján, mind gazdaságossági, mind környezetvédelmi szempontból előnyös a napelemes rendszerek telepítése. A nagyobb teljesítményűek megvalósítása gazdasági szempontból jobb, mint a kisebbeké. A fajlagos beruházási költség, valamint a kivitelező által vállalt garancia egyszerűen használható adatok a beruházási döntések gazdasági megalapozásában.

Abstract

Investment decisions should be based on economic calculations because of their complexity and significant effect on the future. This publication discusses economic calculations of investments related to power generation and CO₂ reduction based on actual data. The investment economic indicators evaluate 3, 6, 12, and 50 kW power generation small-scale power plants. From the available and presented static and dynamic indicators calculation of the Net Present Value (NPV), the Discounted Cash Flow (DCF) and the Internal Rate of Return (IRR) as well as the Discounted Payback Period (DPP) made the choice between the different varieties easier. In the analyses carbon price was taken into consideration and the equipment investment was evaluated in itself and its accounting and taxation relations as well. On the basis of the results installation of solar systems is beneficial both from an economic and environmental aspect. The achievement of higher performance is better from an economic point of view than the smaller ones. The unit investment cost and the guarantee given by the implementer are easy to use for the economic foundation of investment decisions.

Kulcsszavak: napelem-beruházás, dinamikus mutatók, CO₂ kibocsátás, fajlagos költség, alternatív befektetés

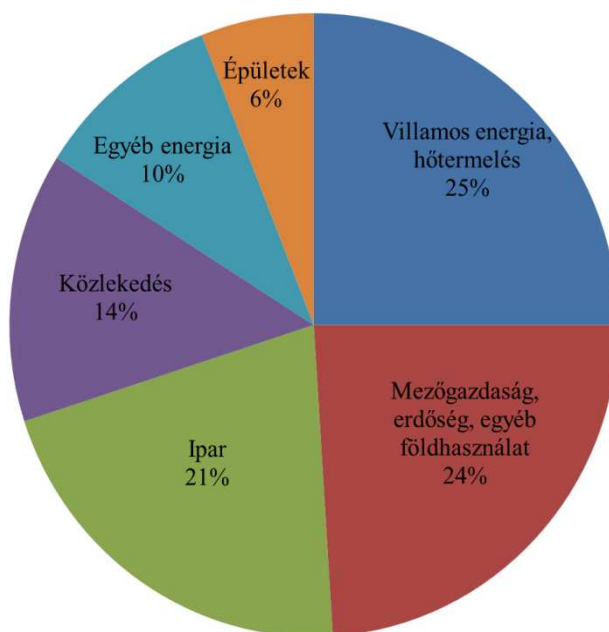
JEL besorolás: M21, Q42,

LCC: TD 878-894, TD 169-171.8, TD 172-193.5

Bevezetés

A napelemes áramtermelés lehetőségei a CO₂ kibocsátás mérséklésében

A globális felmelegedés negatív hatásai közismertek. Az okok között kiemelten kell megemlíteni az emberi tevékenységből származó üvegházhatású gázokat. Arányaiban a széndioxid (CO₂) a legfontosabb, azonban hatásintenzitásban a metán és a különböző klór-fluor-karbon vegyületek (CFC-k) is jelentősek (Vallner – Krausz, 2011) Az üvegházhatású gázok kibocsátásában az áram és a hőenergia termelése a meghatározó (1. ábra). Jelentős a mező- és erdőgazdaság, valamint az ipar és a szállítás szerepe. Jelen publikációnkban az áramtermeléshez kapcsolódó kibocsátás csökkentést érintő beruházások gazdasági számításokkal történő megalapozásával foglalkozunk, tényadatok alapján.



1. ábra: Gazdasági szektorok globális üvegházhatású gáz kibocsájtása

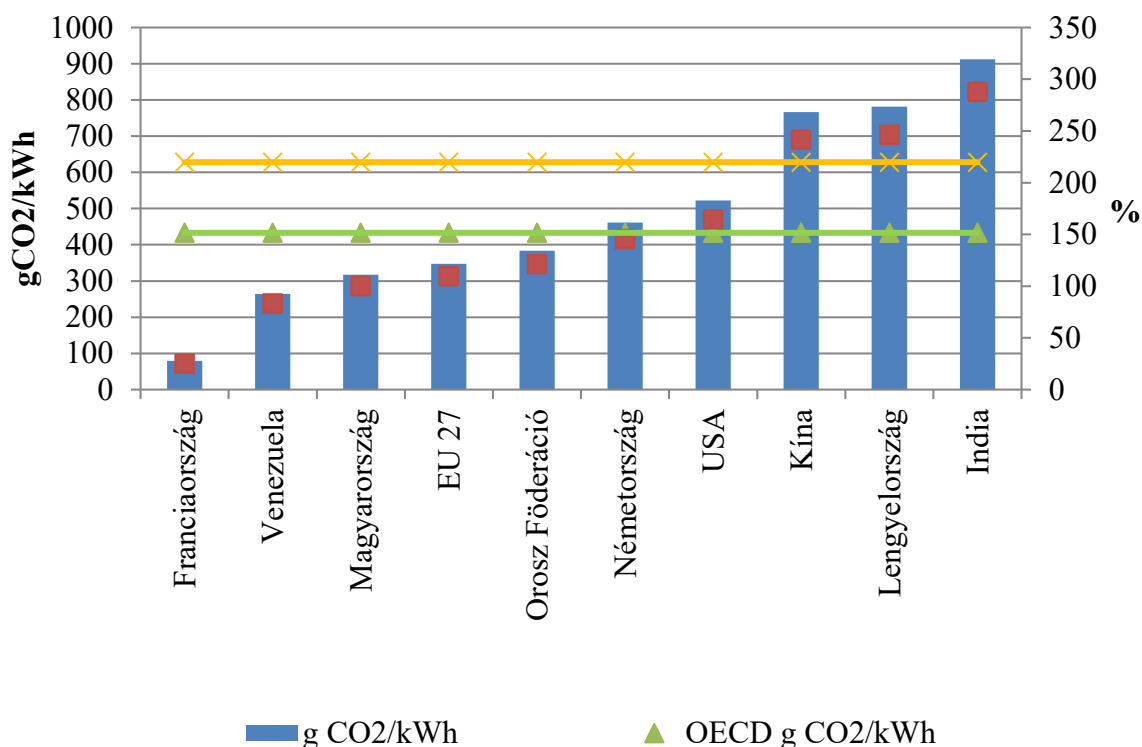
Forrás: United States Environmental Protection Agency (EPA)

Napelemes rendszerek telepítésével az áramtermelésben csökkenthető a hagyományos, fosszilis energiahordozók felhasználása, a CO₂ kibocsátás pedig mérséklődhet. Nagy teljesítményű napelemes kapacitások áramellátó rendszerekbe integrálása egyelőre problémás, mivel a termelésük ingadozik, a megtermelt áram tárolása pedig nehézkes.

Magyarországon a kötelező átvételi rendszerben résztvevő megújuló energia termelőktől 2018. július 1-jétől a villamosenergia-rendszerbe betáplált energia mennyiségét az addigi napi elszámolási egység helyett negyedórás alapú váltotta fel (5/2018. (VI. 29.) MEKH rendelet). Ezzel elvileg jobban tervezhetővé válik az erőművi energiatermelés. Az áramtermelők számára ugyanakkor megnőtt az időjárási adatok rövidtávra szóló előrejelzésének jelentősége.

Az energiátárolással kapcsolatban léteznek egyéb megoldások is, például "fordított" vízerőművek, vízbontás a többletárammal és a keletkező hidrogén felhasználása üzemanyagcellában. Az akkumulátortechnológia fejlődése, az „okos” városok, elektromos autók illetve a háztartási méretű kiserőművek (HMK) kiegészítése tárolókapacitással, valamint az ahhoz kapcsolódó atomizált áramtözsde többféle megoldást kínálhat.

A világ különböző országaiban jelentősen eltér az 1 kWh áram előállítása során keletkező CO₂ (SET, 2019), így a különböző helyekre telepített napelemes rendszerrel megtakarítható kibocsátásban is igen jelentős eltérések vannak (2. ábra). Például Franciaországban, (Portfolio, 2014), ahol az atomenergia részesedése az áramtermelésben 75%-os, 1 kWh áram előállítása 79g CO₂ kibocsátást jelent; Indiában ugyan ez az érték 912g, tehát több mint 11-szeres az eltérés (a rendszer hatásfokból adódó eltérések számszerűsítése nélkül). Jelentős eltéréseket láthatunk az Európai Unió tagországai között is. Az adatok változatossága az energiamix eltéréseiből adódik, értelemszerűen, ahol nagyobb az atomenergia, illetve a megújuló energiák aránya, ott kisebb az emisszió.



2. ábra: 1 kWh villamos energia előállítása során (együtt hőtermeléssel) keletkező CO₂ kibocsátás

Forrás: SET (2019) alapján saját számítás

Megjegyzés: hőtermelés nélkül az adatok nagyobbak Magyarországon esetén, átlagosan 350 g/kWh (lignittüzelésű erőműben azonban 950 g/kWh). Az értékeket tovább növeli a szállítás vesztesége, így a végső fogyasztóknál még hozzávetőlegesen 7% kibocsátás többlet jelentkezik (MNNSZ, 2013).

Létesítésük a Magyarországon is hozzájárul a vállalt kibocsátás-csökkentéshez. A globális emisszió csökkentés hatékonyságának növelése érdekében oda célszerű napelemes rendszereket telepíteni, ahol a legnagyobb az egységnyi rendszer csökkentő hatása, tehát különösen a széntüzelésű erőművek kiváltása vezet jelentős emisszió csökkentéshez.

A széntüzelésű erőművek kapacitásának kiváltásával egyébként önmagában is csökkenthető a CO₂ kibocsátás. Az eredmény fokozottan jelentkezik, amennyiben azok megújulókkal kerülnek kiváltásra. Nem szabad azonban megfedkezni a kapcsolódó tevékenységekre gyakorolt gazdasági és társadalmi hatásról, például bányászat, erőművi gépgyártás. Célszerű az átállásban fokozatosságot követni, nevezetesen a széntüzelésű erőművek ciklusidejének lejártával a kieső

áramtermelést kisebb kibocsátású kapacitásokkal pótolni. A döntésben az egyes országok energiafüggetlenségre törekvését, illetve a források diverzifikációját is célszerű figyelembe venni. Az egyes országokban leépített és más országba áttelepített energiaigényes iparágak csak látszatmegoldást jelentenek.

Globális szinten ezt csak akkor tekintjük megoldásnak, ha az áttelepítés után azonos termékmennyiség előállítására globális kibocsátás csökkenést eredményez.

Figyelembe kell venni, hogy járulékos kibocsátás növekedéssel jár az előállított termékekhez kapcsolódó logisztika (helyi előállítás esetén kvázi 0 logisztikai emisszió) (v.ö 1. ábra). A fenti logika alapján is támogatható a mezőgazdasági termelésben a lokális szintű termék előállítás (ennek egyéb pozitív, illetve negatív hatásaival jelen publikációban nem kívánunk foglalkozni).

Módosítani kellene a hagyományos, költségcsökkentésre, illetve profitmaximalizálásra koncentráló megközelítést. A termékek előállításában költségkategóriának kellene lenni a környezetterhelésnek, de legalább a CO₂ kibocsátást kellene árazni. Az általunk végzett számításokban ez utóbbit megtettük.

Beruházás-gazdaságossági vizsgálatok jelentősége

A vállalkozások működtetése összetett folyamat, amelyre számos előre nem látható körülmény gyakorol hatást. Nehéz meghatározni a vállalati célok fontossági sorrendjét, de hosszabb távon kiemelten fontos az egyenletesen nyereséges gazdálkodás, a folyamatos technológiai fejlesztés, valamint a minél kedvezőbb piaci pozíció megszerzése és megtartása. Ezekhez beruházásokra van szükség. Mivel a beruházások során nagy értékű, hosszú élettartamú eszközök keletkeznek, a beruházások közös jellemzője, hogy jelentős pénzkidárással járnak, a hozzájuk kapcsolódó hozamok időben késleltetve jelentkeznek és teljes bizonyossággal előre nem ismert a mennyiségük. További szempont, hogy a beruházás hosszú időre meghatározza egy cég műszaki, technológiai jellemzőit, befolyásolja gazdasági és pénzügyi helyzetét. Általában több változat közül lehet választani, ugyanakkor a rossz beruházási döntések nem, vagy csak jelentős többletköltségekkel korrigálhatók. A döntési folyamatban további tényezők is szóba kerülhetnek például:

- Elegendő saját forrás esetén érdemes-e azt beruházásra fordítani vagy egyéb tőkelekötési formát (értékpapír, bankbetét stb.) célszerű preferálni?
- Milyen időpontban valósuljon meg a beruházás? Ez a kérdés fontos, ha a vállalkozás kedvezőtlenebb gazdasági helyzetben van, vagy például magas infláció esetén, amikor egy későbbi időpontra halasztott beruházás csak nagyobb volumenű hitelfelvétellel valósulhat meg.
- Előfordulhat, hogy a rendelkezésre álló források szűkössége miatt egyes változatokat eleve el kell vetni.
- Melyik termék/termékek fejlesztésébe érdemes belekezdeni, amennyiben több termék igényelne fejlesztést, de csak egyre vagy néhányra áll rendelkezésre elegendő forrás?

A projekttel kapcsolatos pénzkirámlásokat (cash outflow) figyelembe véve, megkülönböztethetünk egyszer és folyamatosan jelentkező költségeket. Az előbbi nem feltétlenül egyetlen időpontra korlátozódik, hiszen például a megvalósulás hosszabb időtartamot is igényelhet. A folyamatos működés költségeibe beletartozik mindaz, ami a beruházás megvalósítása miatt, az üzembe helyezést követően jelentkezik. Fontos tényező a beruházás eredménye, az a működtetés folyamán keletkező többlet pénzbevétel, amely a vállalkozásnál marad, és amely lehetőséget biztosít a megtérülésre. Nem szabad megfeledezni az adófizetési kötelezettség beruházásra gyakorolt hatásáról sem.

Mindezek alapján fontos a körültekintő döntés, melyet gazdaságossági vizsgálatokkal célszerű megalapozni, figyelembe kell venni a nem számszerűsíthető tényezőket is.

Anyag és módszertan

Beruházás-gazdaságossági mutatók

A gazdaságossági számítások során számos módszert alkalmaznak a vállalati gyakorlatban (Szűcsné (2012), Daróczi (2004)). Alapvetően statikus és dinamikus szemléletet, illetve mutatókat különböztetünk meg (Brealey – Myers (2011), Bálint et al. (2001), Szűcs – Szöllősi (2008), Nábrádi – Szöllősi (2007)). Az előbbinél nem vesszük figyelembe az időt, mint számszerűsíthető tényezőt, a különböző időpontokban esedékes pénzáramokat korrekció nélkül vetjük össze, az utóbbinál figyelembe vesszük a pénzmozgások időbeliségét, alkalmazzuk az időpreferencia elvét.

Statikus mutatók

A statikus mutatók közül a megtérülési idő (Payback Period) (PP) arra a kérdésre ad választ, hogy hány év alatt kapjuk vissza az eredetileg befektetett pénzünket a beruházás eredményeként képződő jövedelemből. A vizsgálat során viszonyítási alapként kijelölünk egy maximális megtérülési időt, amit a befektetéstől elvárunk. Ha a számított megtérülési idő ennél hosszabb, akkor a beruházást nem célszerű megvalósítani. A PP előnye, hogy egyszerű számítani (beruházott összeg / várható évi átlagos jövedelem), illetve likviditási szempontból is jelzi a beruházás kívánatosságát. Hasznos lehet magas kockázatú helyzetekben, mivel ilyenkor annál biztosabbnak tekintenek egy beruházást, minél gyorsabban térül meg.

A beruházás átlagos jövedelmezősége (Accounting Rate of Return) (ARR) (évi átlagos jövedelem / beruházott összeg) olyan mutatószám, mely százalékos formában fejezi ki a beruházás hatékonyságát. A módszer, eltérően a megtérülési időtől, nemcsak a megtérülési idő alatti jövedelmet veszi figyelembe, hanem mindazokat, amelyek a beruházás teljes élettartama alatt keletkeztek.

A forgási sebesség (Turnover Ratio) (TR) pedig megmutatja, hogy a beruházásra fordított összeg az általa elért nyereségből hányszor térül meg a használat időtartama alatt. Ez a mutató a beruházás révén képződő nyereség volumenére helyezi a fő hangsúlyt. A mutatót az üzemelési idő alatt várható jövedelem és a beruházott összeg hányadosával számíthatjuk. Értéke akkor tekinthető elfogadhatónak, ha eléri az 1-et. Ez azt jelenti, hogy a beruházásnak legalább egyszer meg kell térülnie a használati idő alatt.

Dinamikus mutatók

A nettó jelenérték (Net Present Value) (NPV) a jövedelem és a beruházott összeg jelenértékének különbségét számítja. Az elfogadható határérték nulla, vagyis csak olyan beruházásokat érdemes elindítani, amelyek pozitív nettó jelenértéket ígérnek. Két azonos jellegű beruházás közül az a kedvezőbb, amelyiknek a számított nettó jelenértéke magasabb.

A jövedelmezőségi index (vagy dinamikus megtérülési forgó) (Profitability Index) (PI) / (Discounted Cash Flow) (DCF) a jelenértékre számított jövedelmek és a beruházási költség arányának mérőszáma. A mutató arra a kérdésre ad választ, hogy hányszor térül meg a fejlesztéssel kapcsolatos egyszeri ráfordítás a hozamok diszkontált összegéből. Értéke csak 1 felett minősíthető elfogadhatónak.

A beruházás belső megtérülési rátája (Internal Rate of Return) (IRR) az a különleges kamatláb, amely mellett a beruházás diszkontált jelenlegi értéke (NPV) éppen nulla. A beruházás akkor fogadható el, ha az $IRR > r$, tehát a belső kamatláb meghaladja a tőke alternatív költségét.

A diszkontált megtérülési idő (Discounted Payback Period) (DPP) számítása hasonló a statikus megtérülési időhöz, azzal a különbséggel, hogy mind a beruházott összegnek, mind az átlagos jövedelemnek a jelenértéke kerül kiszámításra.

Vizsgálatok

Elemzésünkben különböző kapacitású háztartási méretű kiserőművek (HMKE) beruházás-gazdaságosságát vizsgáltuk tényadatok alapján. A HMKE olyan, a kisfeszültségű hálózatra csatlakozó kiserőmű, melynek csatlakozási teljesítménye egy csatlakozási ponton nem haladja meg az 50 kVA-t. (2007. évi LXXXVI. törvény) A lakosság, illetve kisebb áramfogyasztású vállalkozások számára nyújtanak megoldást a „zöld” energiatermelésre. Kivitelezésük fő költségösszetevői: a napelem, inverter, tartószerkezet, szállítási és szerelési költség, engedélyeztetés költsége, és a garancia.

A napelemeket a jobb hatásfok elérése érdekében célszerű déli tájolású tetőrészekre elhelyezni. Az elemek által termelt egyenáramot az inverter alakítja át az elektromos hálózatba táplálható váltóárammá. A rendszer működésének megkezdéséhez szükséges a fogyasztását mérő készülék cseréje. A kizárólag fogyasztást mérő berendezést a betáplálást is mérő úgynevezett oda-vissza mérőre kell cserélni. A csere az áramszolgáltató kötelessége. A rendszerint éves elszámolás a készülék által mért adatok alapján történik.

Az értékelés során árnyékoltmentes D-i tájolású 35 fokos tetőre szerelt 3, 6, 12, 50 kW teljesítményű rendszereket vizsgáltunk. A 3 kW-os rendszernél egy 3-4 fős család éves villamos energia fogyasztását vettük alapul (MNNSZ, 2013). A 6 kW-os rendszernél feltételeztük, hogy részben fűtésre illetve a nyári időszakban hűtésre is használnak villamos energiát. Itt jegyezzük meg, a szélsőségesse váló nyári időjárás nagyobb és szélsőségesebb áramfogyasztást fog várhatóan eredményezni Magyarországon. Feltételezhető a hűtési igény fokozódása mintegy mellékhatása a globális felmelegedésnek (a téli időszakban a megszokottnál kisebb mértékű a lehülés, ekkor a fűtés intenzitása és így a CO₂ kibocsátása is csökken.) Visszatérve a nyári szélsőséges időjárásra, a napelemes rendszerek előnye, hogy akkor termelnek nagyobb intenzitással, amikor nagyobb a hűtési igény, így a kiugró áramigényt mérsékelhetik, kisimítják a csúcsokat. A 12 kW-os rendszer esetén azt feltételeztük, hogy 3000 kWh éves áramfogyasztás mellett 1309 m³ éves gázfogyasztást vált ki a rendszer által megtermelt 12360 kWh áram. Az összes termelést 15360 kWh-nak feltételeztük. (A tapasztalatok szerint 1 m³ földgázból 34 MJ / 9,45 kWh energia állítható elő). Az 50 kW-os rendszer vizsgálatát az indokolja, hogy ez a maximális, még HMKE-ként engedélyeztethető méret.

Az adatgyűjtés során számos ajánlatot tekintettünk át, keresve az elfogatható műszaki színvonalú, jelenleg a piacra jellemző árakat. Jellemző tendencia, hogy a megkeresett cégek rendszerárakat közölnek, az egyes fő részelemek árának közlését mellőzik. Az alábbiakban különböző ajánlatok fő jellemzőit, és a kapcsolódó mutatószámokat mutatjuk be.

Az értékelés során az elméletileg felhasználható mutatók közül a dinamikus indikátorok kerültek alkalmazásra. Az ajánlatok főbb adatai az alábbiakban ezer forintban (ÁFA nélkül, 2018. évi árakon). Az inverter Fronius típusú, több esetben azonos típusszámúak a berendezések.

1. táblázat: 3kW-os rendszer árak

	A	B	C
Napelem teljesítmény, W/db	275	275	270
db	11	11	12
összes költsége, E Ft	n.a.	n.a.	516
Garancia a napelemre, év	25	25	10
Inverter E Ft	n.a.	n.a.	238
Garancia az inverterre, év	5	5	5
Tartószerkezet E Ft	n.a.	n.a.	n.a.
Szállítási és szerelési költség (anyaggal) E Ft	n.a.	n.a.	n.a.
Engedélyeztetés költsége E Ft	25	50	50
Összes költség, E Ft	1150	1111	1200
Fajlagos beruházási költség E Ft/kW	380	367	370

Forrás: saját számítás

2. táblázat: 6kW-os rendszer árak

	A	B	C
Napelem teljesítmény, W/db	275	275	270
db	22	22	24
összes költsége, E Ft	858	n.a.	n.a.
Garancia a napelemre, év	25	25	10
Inverter E Ft	425	n.a.	n.a.
Garancia az inverterre, év	5	5	5
Tartószerkezet E Ft	429	n.a.	n.a.
Szállítási és szerelési költség (anyaggal) E Ft	435	n.a.	n.a.
Engedélyeztetés költsége E Ft	50	50	n.a.
Összes költség, E Ft	2197	2142	2300
Fajlagos beruházási költség E Ft/kW	363	354	355

Forrás: saját számítás

3. táblázat: 12kW-os rendszer árak

	A	B	C
Napelem teljesítmény, W/db	275	275	270
db	44	44	48
összes költsége, E Ft	1716	n.a.	n.a.
Garancia a napelemre, év	25	25	10
Inverter E Ft	670	n.a.	n.a.
Garancia az inverterre, év	5	5	5
Tartószerkezet E Ft	850	n.a.	n.a.
Szállítási és szerelési költség E Ft	800	n.a.	n.a.
Engedélyeztetés költsége E Ft	50	50	n.a.
Összes költség, E Ft	4086	3590	3871
Fajlagos beruházási költség E Ft/kW	338	297	309

Forrás: saját számítás

4. táblázat: 50kW-os rendszer árak

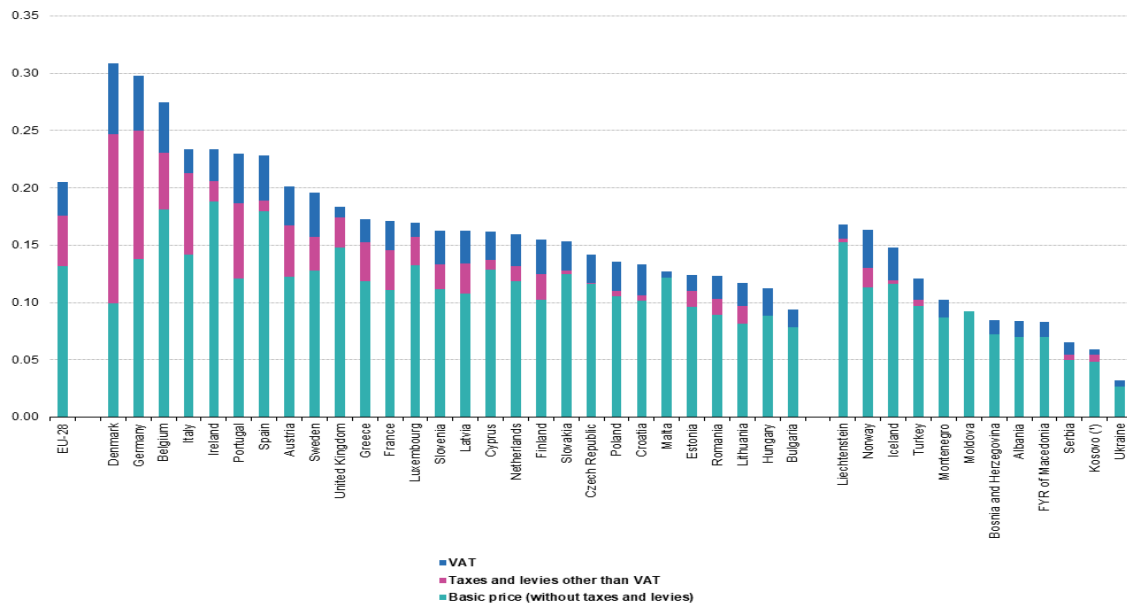
	A	D	E
Napelem teljesítmény, W/db	275	275	270
db	182	182	200
összes költsége, E Ft	7098	n.a.	n.a.
Garancia a napelemre, év	25	25	10
Inverter E Ft	1560	n.a.	n.a.
Garancia az inverterre, év	5	5	5
Tartószerkezet E Ft	3480	n.a.	n.a.
Szállítási és szerelési költség (anyaggal) E Ft	2850	n.a.	n.a.
Engedélyeztetés költsége E Ft	50	50	n.a.
Összes költség, E Ft	15038	12989	15000
Fajlagos beruházási költség E Ft/kW	300	260	278

Forrás: saját számítás

Számításaink során áraztuk a CO₂-t, bár az nehézkes, mivel jelentős eltérések vannak a való kereskedési árban, de még inkább az adóztatásában. A legmagasabb a svéd adó 139 USD/t-val a másik véglet az 1 USD alatti ukrán, lengyel és mexikói adó. A megítélést torzítják az adóztatás alóli kivételek. (World Bank, 2018)

A számításokban a State and Trends of Carbon Pricing 2018 (World Bank, 2018) kiadvány alapján 26 USD/t adót alkalmaztuk, mivel a 15-36-os sávban szóródik számos fejlett ország adata. A Lengyelország által alkalmazott érték nem tekinthető mérvadónak a jelentős kibocsátás és az ismert széntüzelésű erőművi kapacitások okán. A kalkulációkat 15 és 30 éves élettartamra végeztünk. Az utóbbinál áraztuk az inverter cseréjét, figyelembe vettük a napelemek teljesítményének csökkenését. Az inverter diszkontálatlan ára Ft-ban 15 év múlva ugyan annyi, mint ma. A teljesítményt az árajánlatokban szereplő, a kivitelező által garantált adatok alapján számszerűsítettük, nevezetesen a 10. évig az előző évihez képest 0,75%-os csökkenéssel (amortizációval) számoltunk, a 11. évtől pedig 0,62-dal. Az avulásnak megfelelően a termelt áram mennyiségét is évről évre mérsékeljük. Az amortizáció és a termelt áram értékének jövedelemadóra gyakorolt hatását is beépítettük a számításba.

Az áram árának meghatározásakor több tényezőt vettünk figyelembe. Például azt, hogy az általános forgalmi adót nem tartalmazó ár Magyarországon is jelentősen eltér a háztartási és ipari fogyasztók között, e mellett azt a fogyasztási cél és profil is jelentősen befolyásolja (15/2016. (XII. 20.) MEKH rendelet). Az EU egyes tagállamai között is jelentősek az eltérések, ahogy azt a 3. ábra is mutatja. Számításaink során az áram árát bruttó 47,23 Ft/kWh-nak vettük (15/2016. (XII. 20.) MEKH rendelet), ez gyakorlatilag megfelel az EU-28, 2016. évi nettó lakossági átlagárának. Ezzel számoltunk, hiszen a vizsgált beruházási változatok HMKE-k. Az idősorok előrevetítése során az áram árának növekedését az infláció felett 2,5 %/év-nek vettük, ez nagyságrendileg megfelel a magyar lakossági átlagárak 1996-2012 között regisztrált növekedésének (Magyar – Bukovinszky, 2015).



Note: annual consumption: 2 500 kWh < consumption < 5 000 kWh.
 (*) This designation is without prejudice to positions on status, and is in line with UNSCR 1244/1999 and the ICJ Opinion on the Kosovo declaration of independence.
 Source: Eurostat (online data code: nrg_pc_204)

3. ábra: Az áram ára Euroban, az EU különböző országaiban

Forrás: EUROSTAT (2016)

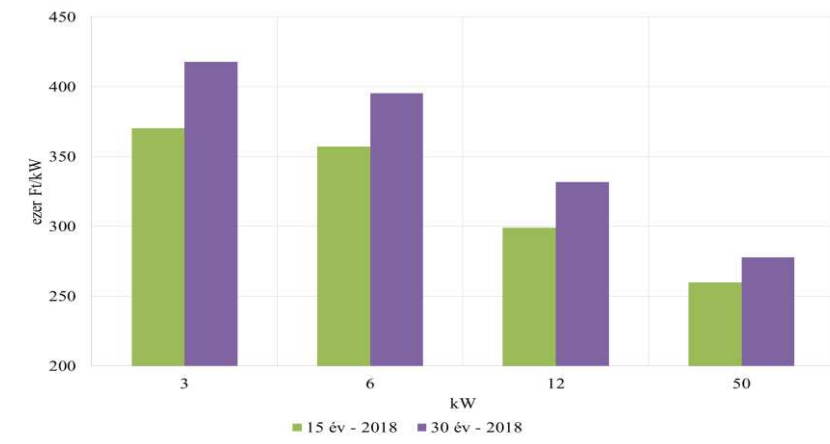
Rövidítések: VAT= ÁFA; Taxes and levies other than VAT= egyéb adók, illetékek; Basic price= alap ár, adó és illeték nélkül.

A jelenérték számítás során a hosszú távú állampapírok infláció feletti 1,1-3,0 % közötti hozama alapján 2,75 %-os alternatív kamatlábat vettünk alapul (PMÁP, 2019)

Eredmények

A beruházás gazdaságosságára jelentős hatást gyakorol a beruházási költség, az élettartam, az élettartam alatt várható áramtermelés és különösen az áram ára.

A 4. ábrán nyomon követhetjük a fajlagos beruházási költség csökkenését 15 illetve 30 éves élettartam esetén.



4. ábra A fajlagos beruházási költségek alakulása a méret függvényében

Forrás: saját számítás

Megállapítható, hogy a fajlagos költség folyamatosan csökken, kezdetben nagyobb mértékben, majd a csökkenés üteme visszaesik. A fentieket megerősítik a beruházás-gazdaságossági számítások is (lásd 1-5. táblázatok).

5. táblázat: Beruházás-gazdaságossági mutatók összefoglaló táblázata

15 éves élettartam				
méret kW	3	6	12	50
NPV E Ft/kW	298,00	310,16	363,42	397,88
DCF	1,75	1,80	2,09	2,33
DPP	8,58	8,32	7,18	6,43
Költség E Ft/kW	398,78	386,62	333,36	298,90
Bevétel E Ft/kW	696,78	696,78	696,78	696,78
30 éves élettartam				
Méret kW	3	6	12	50
NPV E Ft/kW	817,17	828,18	886,67	934,45
DCF	2,64	2,76	3,15	3,56
DPP	11,37	10,89	9,54	8,43
Költség E Ft/kW	492,68	471,67	413,18	365,40
Bevétel E Ft/kW	1299,85	1299,85	1299,85	1299,85

Forrás: saját számítás

Megjegyzés: A táblázatban, kizárólag a legjobb ajánlathoz kapcsolódó mutatók szerepelnek. A 30 éves élettartamnál az inverter csere költségét is figyelembe vettük. A költségben szerepel a beruházás költsége; az áram, valamint az amortizáció a jövedelemadót módosító hatása. A bevételben pedig a CO₂ értéke. Mindegyik diszkontálva.

Az 5. táblázat áttekintése után az alábbi következtetéseket vonhatjuk le:

A fajlagos rendszerre jutó nettó jelenérték a rendszer méretének növekedésével nő. Jelentős, 33 %-os, az eltérés a 15-évre vonatkozó számításnál a legkisebb és a legnagyobb rendszer tekintetében, közel 15%-os a 30 éves élettartam esetén. Hasonlóan kedvezően alakul a DCF és a DPP a méret függvényében.

A 30 éves időszakra számított mutatók esetében a megtérülési idő kedvezőtlenebb, mint a 15 éves változatoknál. Ennek oka a 15 év után tervezett inverter csere, és a napelemek előregedése végett az energiatermelés folyamatos csökkenése. A hosszabb élettartamnál azonban jobb a jövedelmezőségi index. Míg a fajlagos bevétel független a rendszer méretétől, a költségek csökkenő tendenciát mutatnak.

A 3 és az 50 kW-os, 15 éves időszakra tervezett rendszernél kiszámítottuk a belső megtérülési rátát (IRR-t). Értékük rendre 2,70% és 2,69%. A számítás során figyelembe vettük a beruházási költséget valamint az amortizáció és a termelt áram értékéből számolt adóhatást, és a többlet áram értékét. A CO₂-t ez esetben nem áraztuk, amennyiben az megtörtént volna a mutató kedvezőbb lenne.

Következtetések

Jelenleg Magyarországon a kockázatmentes befektetések éves hozama igen alacsony, a szabad pénzeszközzel, bankbetéttel, állampapír megtakarítással rendelkező vállalkozásoknak és magánszemélyeknek a gazdasági hatékonyság szempontjából is javasolt a napelem-beruházás. Azonban a megtérülést jelentősen befolyásolja az alkalmazott értékcsökkenési leírás mértéke és az áram ára.

A környezetvédelmi szempontok figyelembevétele és a CO₂ árazása még kedvezőbbé teszi e beruházások megítélését. A vizsgált rendszerekkel a széndioxid kibocsátás csökkenése éves szinten, a magyar energiamixet figyelembe véve, 403 kg/kW. Ez azt jelenti, hogy a rendszerek darabjaival 1,2-20,0 t/év a CO₂ kibocsátás takarítható meg. Összehasonlításképpen annak értéke például Indiában többszörös; 3,5 -57,6 t /év lenne (v.ö. 1. táblázat).

A beruházási döntések megalapozásánál a döntéshozóknak ismerni kell a fajlagos költség nagyságrendjét. Célszerű több árajánlat bekérése, az árak mellett különös hangsúlyt kell fektetni az inverterre és a vállalt garanciákra. Az ajánlati árakat befolyásolja a HUF/EUR illetve HUF/USD árfolyama, annak változása (Ft gyengülés) jelentős kockázati tényező.

A kivitelezés helyszínének ideális tájolású, árnyékmentes felület választása javasolt, bár ez függ az alkalmazott technológiától (optimalizáló rendszer). A nem megfelelő tájolás, illetve az árnyékolás két számjegyű veszteséget okozhat, ami jelentősen rontja a rendszer gazdaságosságát.

Eredményeink alapján megállapítható, hogy a nagyobb rendszerek megvalósítása gazdasági szempontból előnyösebb, mint a kisebbeké. Javasolt a kisebb rendszerek beruházásának támogatása, például az ÁFA egészének vagy egy részének visszatérítése a lakossági fogyasztó beruházóknak.

A napelemes beruházások piaca kínálati, további árcsökkenést feltételezünk, ugyanakkor a kedvező beruházás gazdaságossági mutatók alapján a beruházást tervezőknek a mielőbbi megvalósítást javasoljuk.

Irodalomjegyzék

1. 15/2016. (XII. 20.) MEKH rendelet a villamos energia rendszerhasználati díjak, csatlakozási díjak és külön díjak mértékéről
2. 2007. évi LXXXVI. törvény a villamos energiáról
3. A Magyar Energetikai és Közmű-szabályozási Hivatal elnökének 5/2018. (VI. 29.) MEKH rendelete
4. Bálint J. – Juhász M. – Papp J. (2001): Beruházások gazdasági értékelés., Szent István Egyetem.
5. Brealey, R. A. – Myers, S. C. (2011): Modern vállalati pénzügyek. Panem Kft.
6. Daróczi M.: Mezőgazdasági beruházások komplex döntés-előkészítése Doktori (PhD) értekezés Gödöllő 2004 pp.15-38.
7. Eurostat (2016): Energy price statistics. Eurostat Statistics Explained.
8. <http://www.mnnsz.hu/1kwh-villamos-energia-05-kg-szendioxid-kibocsatas/>
9. Magyar L. – Bukovinszky A. (2015): Magyarországi lakossági villamosenergia-árak növekedésének okai az elmúlt két évtizedben. Energiaklub Szakpolitikai Intézet Módszertani Központ 2015. február

10. Magyar Napelem Napkollektor Szövetség (MNNSZ) (2013): 1kWh villamos energia = 0,35 kg széndioxid kibocsátás
11. Nábrádi. A., Szöllősi L. (2007): Key aspects of investment analysis. APSTRACT - Applied Studies in Agribusiness and Commerce 1: 1 pp. 53-57.
12. PMÁP (2019): Prémium Magyar Állampapír. Államadósság Kezelő Központ Zártkörűen Működő Részvénytársaság Magyar Állampapír oldala <http://www.allampapir.hu/allampapirook/PMAP> (letöltés dátuma: 2019. február 26.)
13. Portfolio (2014): Az igazi európai atomenergia-nagyhatalmak <http://www.energiacentrum.com/atomenergia/igazi-europai-atomenergia-nagyhatalmak/>
14. SunEarthTools (2019): CO2 emission calculator. www.sunearthtools.com/tools/CO2-emissions-calculator.php (letöltés dátuma: 2019. február 26.)
15. Szűcs I, Szöllősi L: A beruházások ökonómiai megítélése In: Nábrádi A, Pupos T, Takácsné Gy K (szerk.) Üzemtan I. 193 p. Budapest: Szaktudás Kiadó Ház, 2008. pp. 46-59. (ISBN:978 963 9736 90 0)]
16. Szűcsné M K (2012): A beruházásgazdságossági számítások gyakorlatban alkalmazott módszerei In: Vezetéstudomány XLIII évfolyam 2012. különszám pp. 97-107.
17. United States Environmental Protection Agency (EPA) (2019) <https://www3.epa.gov/climatechange/ghgemissions/global.html> (letöltés dátuma: 2019. február 26.)
18. Valamint a ppnapelem (<http://ppnapelem.hu/napelemek>) és solarenergy, solargroup, cégektől írásban kapott adatok.
19. Vallner J. – Krausz E. (2011): Globális problémák. Multimédiás jegyzet. <http://globalproblems.nyf.hu/a-levego/uveghazhatas-es-globalis-klimavaltozas/>
20. World Bank (2018): State and Trends of Carbon Pricing 2018. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. Washington DC, May 2018

**TURISZTIKAI ÉLMÉNYPARTÉCÉS BUDAPESTI MÚZEUMOK PÉLDÁJÁN
KERESZTÜL**
SHARING TOURIST EXPERIENCE THROUGH THE EXAMPLE OF MUSEUMS IN
BUDAPEST

Jászberényi Melinda¹, Ásványi Katalin²

^{1,2}egyetemi docens

^{1,2}Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing és Média Intézet

E-mail: katalin.asvanyi@uni-corvinus.hu, melinda.jaszberenyi@gmail.com

Összefoglalás

A kulturális turizmus, mint turisztikai termék egyre fontosabb szerepet tölt be a városok életében, ahogy ez Budapesten is tapasztalható. Egyre több turista érkezik egy-egy desztinációba kulturális motivációval, mely arra enged következtetni, hogy a kulturális turisztikai attrakcióknak, így a múzeumoknak az élményteremtésben is egyre nagyobb szerepe van. Fő kutatási kérdésünk, hogy milyen típusú élményeket tapasztalnak és tapasztalhatnak a külföldi turisták egy budapesti múzeum meglátogatása során. Célunk, hogy feltérképezzük és feltárjuk a fogyasztókban kialakult élményeket a múzeumlátogatás során, kiemelve a leginkább és a legkevésbé előfordulókat.

Abstract

The museums as cultural tourist attractions play an important role in city tourism, as we can experience in Budapest. More and more tourists come to a destination with cultural motivation, so cultural attractions as the museums have bigger and bigger role in experience creation. In our study we examined our main research question in the case of the museums in Budapest, so what type of experiences foreign tourist experience in a museum in Budapest. The aim of our study is to explore the experiences created in consumers during being a visitor in a museum, and to highlight the mostly and the least occurring ones.

Kulcsszavak: *élmény, kulturális turizmus, múzeum*

JEL besorolás: Z32

LCC: G154.9-155.8

Bevezetés

A kulturális turizmus, mint turisztikai termék egyre fontosabb szerepet tölt be a városok életében, ahogy ez Budapesten is tapasztalható. Egyre több turista érkezik egy-egy desztinációba kulturális motivációval, mely arra enged következtetni, hogy a kulturális turisztikai attrakcióknak az élményteremtésben is egyre nagyobb szerepe van.

Tanulmányunkban budapesti múzeumok esetében vizsgáltuk a fogyasztókban kialakult élménykategóriákat, vagyis hogy a kínálati oldal milyen eszközökkel éri el, hogy a fogyasztói élmény minél komplexebb lehessen.

A kutatási terület elemzéséhez primer kutatás végeztünk, fogyasztói visszajelzéseket értékeltünk az élménykategóriákon keresztül. Jelen kutatás egy korábbi kutatásunk folytatása, melyben egy budapesti múzeum esetében vizsgáltuk a visszajelzéseket, melyet most 9

múzeumra bővítettünk, hogy több tényező figyelembe vételével tudjunk következtetéseket levonni.

Fő kutatási kérdésünk, *hogy milyen típusú élményeket tapasztalnak és tapasztalhatnak a külföldi turisták egy budapesti múzeum meglátogatása során?* Célunk, hogy feltárjuk a fogyasztókban kialakult élményeket a múzeumlátogatások során, kiemelve a leginkább és a legkevésbé előfordulókat. Az eredmények alapján levonjuk következtetéseinket és javaslatot teszünk a kínálati oldal élményteremtő képességének növelésére, hogy minél több szintű élménnyel gazdagodhassanak a múzeumlátogatók.

Anyag és Módszertan

A kulturális turizmus fontos szerepet tölt be a városi turizmusban, hiszen a városlátogatók céljai között a desztináció kultúrájának megismerése az egyik legjelentősebb motivációs tényező. A kulturális turizmus meghatározására számos definíció létezik a szakirodalomban, azonban különböző megközelítésekben (keresleti-kínálati, elméleti-gyakorlati) mást és mást jelent. Tanulmányunk szempontjából a keresleti oldali megközelítés a legrelevánsabb, mely alapján a WTO-ETC (2004) által meghatározott definícióban megfogalmazottak alapján tekintünk a kulturális turizmusra, vagyis a kulturális látnivalók felkeresése a lakóhelyen kívüli országban található városokban, melynek célja élmény és információ szerzés a kulturális szükségletek kielégítésére. A kulturális turizmus két részre bontható, belső és külső körre (WTO-ETC, 2004). A belső kör jelenti az örökségeket és művészeteket a külső kör pedig az életstílust és a kreatív iparágakat. A kulturális turizmus a vonzerőket tekintve három csoportra bontható: épített és tárgyi értékek, a mindennapi élethez kapcsolódó kulturális értékek és a rendezvények fesztiválok (Jászberényi, 2014). A múzeumok az előbbi csoportosítás szerint a belső kör részét képezik, míg a vonzerőket tekintve az épített és tárgyi értékek kategóriáját erősítik.

A kulturális turizmus értelmezése és elemzése szempontjából lényeges kitérnünk a kulturális turisták jellemzőire, melyet a kulturális élmény mélysége és a kulturális turizmus utazási döntésben betöltött szerepe mentén kategorizálunk (McKercher, 2002; McKercher – Cros, 2003), ezeket a pontosabb megértés érdekében a múzeumokon keresztül értelmezzük. Az „*véletlen*” (incidental) típusú turista döntését nem befolyásolja a múzeum meglátogatása és csupán alacsony kulturális élményt okoz számára. Ugyanakkor a „*váratlanul kulturálissá váló*” (serendipitous) turista annak ellenére, hogy nem a kulturális turizmus motiválta, mégis magas kulturális élményben részesült a múzeum meglátogatásával. Az „*eseti*” (casual) turistának csak másodlagos, a „*városnéző*” (sightseeing) turistának viszont elsődleges attrakciót jelent a múzeum, ugyanakkor a kulturális élményszerzése mindkét esetben alacsony. A „*tudatos*” (purposeful) kulturális turista az, aki elsődleges attrakcióként tekint a múzeumra, és magas kulturális élménnyel is gazdagodik a látogatás során. (Sulyok, 2005)

Tanulmányunk szempontjából a kulturális turisták élményszerzés és turisztikai élményének definiálása elengedhetetlen. A turisztika élmény fogalmának nincs egy egységesen elfogadott definíciója, melynek sokféleségét Michalkó és Rátz (2005) is alátámasztja, miszerint legjellemzőbb típusai az izgalom, a tényleges vagy észlelt veszély, az új ismeretek és készségek szerzése, az esztétikum, az együttlét és társaság, az újdonság, valamint az egzotikum. Zatori (2014) megfogalmazásában a turisztikai élmény személyes jellegű, folyamatosan előforduló, újra és újra átélt, melynek feltétele, hogy a turista hajlandó és képes legyen elmerülni az élményben. Kutatásunk szempontjából a kulturális turisták a múzeumokban személyesen szereznek turisztikai élményt, melyet a visszaemlékezéseikben, visszajelzéseikben újra átélnek, amennyiben valóban elmerültek benne a múzeumlátogatás során.

Pine és Gilmore (1999) a kereslet és kínálat oldaláról is vizsgálja az élményteremtést, mely alapján az előállított élménynek köszönhetően a fogyasztó elégedettebb lesz, mely a vállalat számára értéknövekedéssel jár mind a profit, mind a kereslet bővülése által.

Pine és Gilmore (1999) az élményt két dimenzió mentén értékeli, vizsgálja, hogy mennyire aktív vagy passzív a fogyasztó, illetve, hogy milyen mértékű a bevonódás, melyek alapján 4 kategóriába sorolhatóak az élmények. Tanulmányunk központi témájából adódóan ezeket az élménykategóriákat már az elméleti rész során is a kulturális turizmus, azonbelül is a múzeumokon keresztül értelmezzük. Egy élmény akkor tekinthető *szórakoztatónak*, amennyiben a múzeum látogatása során a turista passzív résztvevő csupán, ugyanakkor az élményt formáló ingereket magába szívja, ahogy a *tanulás jellegű* élmények esetén is, azonban itt a látogató új készségeket, vagy tudást is elsajátít. A múzeumok esetében maga az idegenvezetés vagy a tájékoztató dokumentumok is magukban foglalják a tanulás élményét. Amikor az élmény aktív részvételt és elmerülést jelent a kulturális turista számára, azt nevezzük *eszképzésnek*, például amikor kipróbálhatóak egyes kiállítási tárgyak vagy azokhoz kapcsolódóan vannak foglalkozások. Az *esztétikai* jellegű élménynél a látogató passzív az élmény pillanatában, azonban mégis képes elmerülni benne és átélni azt, mely valójában a turizmus egyik alapköve, melyet a múzeumoknál egy-egy festmény látványa is okozhat. (Zátori, 2014 alapján)

Jelen tanulmányunkban azt vizsgáljuk, hogy a múzeumlátogató külföldi turisták milyen típusú élményvágyó fogyasztók. Fő kutatási kérdésünk, hogy *milyen típusú élményeket tapasztalnak és tapasztalhatnak a külföldi turisták egy budapesti múzeum meglátogatása során*. Kutatásunk során primer kutatást végzünk, online fogyasztói visszajelzéseket elemzünk, és arra keressük a választ, hogy milyen típusú élményt szereztek a múzeumlátogatással, és milyen mértékű volt a kulturális élményük attól függően, hogy milyen szerepet töltött be a kulturális turizmus az utazási döntésük során.

Kutatási alkérdéseink a következők:

- Milyen szerepet tölt be az utazási döntés során a válaszadó számára maga a múzeum, mint kulturális turisztikai attrakció?
- Milyen mértékű kulturális élményt jelentett számára?
- Ajánlott-e a fogyasztó mások számára a múzeumot?
- Milyen típusú élménnyel gazdagodott a látogató?

Mintavétel alapját egy korábbi hallgatói kutatás adta, melyben 2016. február-május időszakban a Budapesti Corvinus Egyetem harmadéves hallgatói 4-5 fős csoportokban Dr. Jászberényi Melinda és Bodnár Dorottya irányításával 15 budapesti múzeumot vizsgáltak turisztikai szemszögből magyar és külföldi turisták vonatkozásában. Jelen kutatásunkban ezt a mintaelemszámot tovább szűkítettük, mivel *primer kutatásunkban tartalomelemzést* végeztünk, melyhez a világ legtöbb fogyasztói visszajelzésével rendelkező TripAdvisor honlap biztosította a kutatásunk adatbázisát. A 15 múzeum közül a TripAdvisoron elérhető értékelések száma alapján 9-re szűkítettük az elemzett múzeumok számát az alábbi táblázat szerint. (1. táblázat) Fontosnak tartottuk, hogy több típusú múzeum visszajelzéseit is elemezzük, így tematikus, művészeti, történelmi és természettudományi múzeum is került a mintába. A múzeumok tipizálását a TripAdvisor által besoroltak szerint fogadtuk el. A kiválasztott múzeumok esetében szintén feltétel volt a mintába kerülés során, hogy a TripAdvisor rangsorában benne legyen az első 40 múzeum között és legalább 30 angol nyelvű értékelése legyen, mivel kifejezetten a külföldi turisták élményszerzési lehetőségét elemeztük. A mintavételi időszakot úgy határoztuk meg a visszajelzésekre vonatkozóan, hogy 2017 júliusáig bezárólag a legfrissebb értékeléseket elemeztük aszerint, hogy a 200 alatti értékelés szám esetében az utolsó

50, a 200 feletti értékeléssel rendelkező múzeumoknál pedig az utolsó 100 értékelés került be az elemzett visszajelzésekbe, így összesen 508 visszajelzést értékeltünk.

1. Táblázat: Az eredeti mintavételi keret jellemzői a TripAdvisor alapján

Múzeum neve	Külföldi látogatók aránya	TripAdvisor				Értékelések (angol)
		Tematikus	Művészeti	Történelmi	Természettudományi	
Magyar Nemzeti Galéria	30%		7			824 (433)
Magyar Nemzeti Múzeum	25%			8		970 (546)
Iparművészeti Múzeum	62%	13	13			307 (165)
Budapesti Történelmi Múzeum	60%			15		259 (137)
Nemzeti Zsidó Múzeum	30 %	17				178 (102)
Magyar Mezőgazdasági Múzeum	7%	18				100 (41)
Ludwig Múzeum	17%		27			104 (53)
Semmelweis Orvostörténelmi Múzeum, Könyvtár és Levéltár	18%	28				60 (34)
Magyar Természettudományi Múzeum	5%				32	58 (33)
Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum	4%	44				4
Petőfi Irodalmi Múzeum	8%			60		10 (5)
Országos Színháztörténelmi Múzeum és Intézet	1%					0
Textil- és Textilruházati Ipartörténelmi Múzeum	0%					0
Budapest Galéria**			52			16 (6)
Bartók Béla Emlékház **				(104)		26 (14)

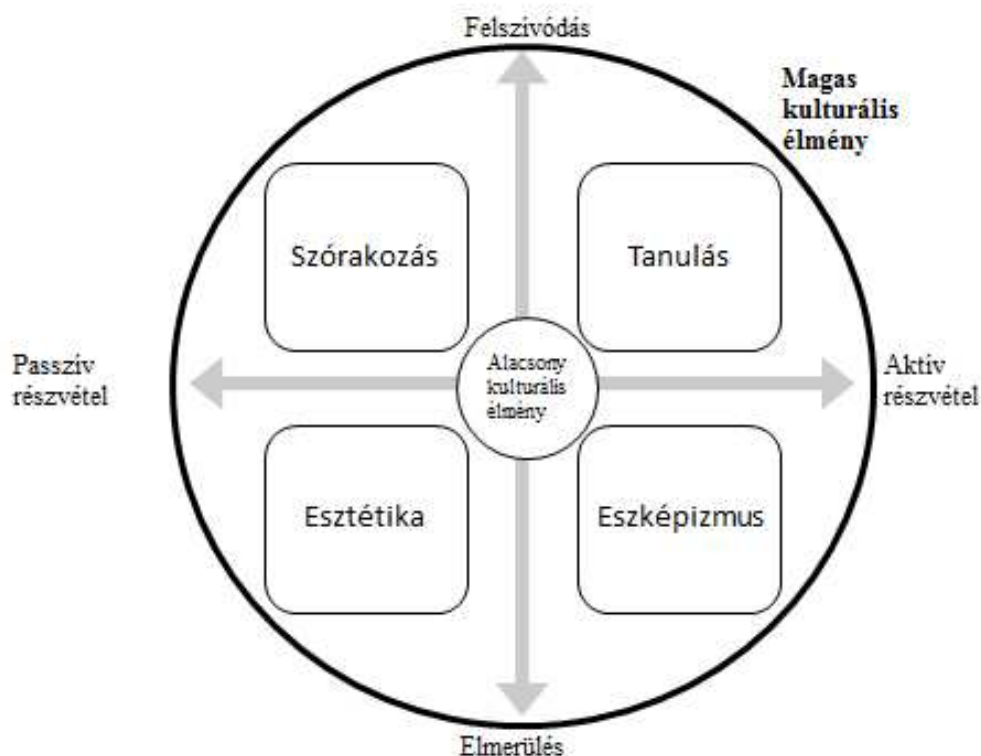
Forrás: www.tripadvisor.co.hu, 2016.

A vélemények elemzését zárt kódolással végeztük, melyhez az élményteremtés és a kulturális turista alapmodelljeiből egy saját értékelési rendszert alkottunk. Azt vizsgáltuk, hogy milyen típusú élménnyel gazdagodott a látogató, és az milyen mértékű kulturális élményt jelentett számára (1. ábra).

Az alapján is értékeltük a válaszokat, hogy a válaszadó számára maga a múzeum, mint kulturális turisztikai attrakció meglátogatása elsődleges vagy másodlagos szerepet töltött be az utazási döntés során, vagy csupán arra sétált, és bement a múzeumba. Továbbá azt is vizsgáltuk, hogy ajánlotta-e a fogyasztó mások számára a múzeumot vagy sem.

A visszajelzések elemzése során a négy élménytípus megjelenését a következőképpen értelmeztük a múzeumokra vonatkozóan (Radder – Han, 2015). Az *esztétikai* kategóriába azok a vélemények kerültek, amelyekben elsősorban az épületek külsejét dicsérték, illetve a kiállítási tárgyakra annyit írtak, hogy nagyon szép. Akkor értékeltük a válaszokat *szórakozási* élménynek, amennyiben az élvezet, élmény szó megjelent és megfogalmazták, hogy mennyire jó helynek tartják a múzeumot, mennyire élvezték a kiállítást, vagy esetleg kávéztak a

múzeumban, vagy vásároltak a múzeumboltban. A *tanulási* élmény akkor jelent meg, ha a véleményben kiemelték, hogy milyen kort vagy milyen művészeket ismerhettek meg a kiállításon, vagy mennyi mindent tudtak meg a magyar történelemről. Az *eszképizmus* élménykategóriájába a múzeumi foglalkozásokon való részvétel vagy a kiállítási tárgyakkal való aktívabb tevékenység kerülhetett.



1. ábra: Saját elemzési keret az előállított élmény modellje alapján

Forrás: Ásványi et al., 2017.

Kutatásunk nem általánosítható a múzeumokra, a konkrétan kiválasztott múzeumok azonban széleskörű feltárását biztosítják a témának. Az időszak kiválasztása, hogy a legfrissebb véleményeket kívántuk elemezni, torzítja az eredményeket, hiszen az időszaki kiállítások nagyban befolyásolják a kulturális motivációt az utazási döntés során.

Eredmények

Primer kutatásunkban a visszajelzések élménykategóriáinak elemzésénél a magas kulturális élményt szerzők válaszait elemezzük elsődlegesen, mivel az alacsony kulturális élményszerzés csak minimálisan jelent meg, ezeket a következtetés és javaslatok megfogalmazásánál mutatjuk be, és értékeljük.

Az utazási döntés során betöltött szerep szerint a múzeumok jellemzően elsődleges vagy másodlagos motivációként jelennek meg a külföldi turisták számára. Ugyanakkor érdekes eredményt hozott az elemzett válaszokat tekintve, hogy a tematikus múzeumoknál 10-20 % között mozog azoknak az aránya, akik *véletlen múzeumlátogatók* voltak, vagyis alapvetően kevésbé van benne a turisták tervei között ezen múzeumok meglátogatása, viszont akiknek ideje engedi, vagy éppen arra sétálnak, azokat könnyen meg tudja fogni. Ez az arány a művészeti és a történelmi múzeumok esetében már 6 % alatti, vagyis sokkal inkább tudatosan választják

ezeket a múzeumokat látogatás céljából a turisták, melynek oka valószínűleg az ismertségük és a jobb marketing tevékenységük, valamint sokkal inkább megjelennek az ajánlott múzeumok között is. A Magyar Természettudományi Múzeum esetében azonban minden látogató tudatosan választotta a múzeumot, vagyis, aki ebbe a múzeumba látogat, az azért megy oda, mert tudja, hogy mire számíthat, ugyanakkor nem tud olyan látogatót bevonítani, aki csak arra jár, mely növelhetővé válhatna a különböző élménytípusok megragadásával a bejáratnál.

A véleményezők között voltak olyanok, akik nem is mentek végül be megnézni a múzeumok kiállításait, csupán az épület esztétikai mivoltát emelték ki, ők a *véletlen turisták*, ugyanakkor vélemények többségéből az derült ki, hogy a múzeumok magas kulturális élményt nyújtottak a látogatóknak, vagyis ők a „*váratlanul kulturálissá váló*” turisták. A véletlenül betérők véleménye azt mutatja, hogy valóban érdemes bemenni a múzeumokba akkor is, ha esetleg egyáltalán nem szerepelt a turisták utazási döntésében sem elsődleges, sem másodlagos attrakcióként, hiszen azok számára is magas kulturális élményt tudnak nyújtani, akik alapvetően nem kulturális motivációval látogatják meg a várost.

Amennyiben külön értékeljük az *elsődleges és másodlagos motivációs arányokat*, akkor azt tapasztalhatjuk, hogy egyes múzeumoknál 40-50 % a megoszlás a két motiváció között, vagyis közel ugyanannyian tekintenek elsődleges attrakcióként a múzeumra, mint másodlagosként, ezek az Orvostörténeti Múzeum, az Iparművészeti Múzeum, a Magyar Nemzeti Múzeum és a Magyar Természettudományi Múzeum. Ezzel szemben a Nemzeti Zsidó Múzeum és a Ludwig Múzeum esetében 20 % ponttal magasabb az elsődleges motivációként látogatók aránya a másodlagoshoz viszonyítva, mely azt mutatja, hogy ezek azok a múzeumok, melyek speciális célközönséget szólítanak meg, hiszen a Zsidó Múzeumnál a tematika sokakat vonz, míg a Ludwig Múzeumba leginkább olyanok látogatnak, akik valóban érdeklődnek a kortárs művészetek iránt. A maradék három elemzett múzeumnál azonban pont az ellenkezőjét tapasztalhatjuk, hiszen a másodlagos motivációval érkezők aránya 15-25 % ponttal magasabb, mint az elsődlegessel érkezőké, mely arra enged következtetni, hogy mivel sokkal általánosabb témát dolgoznak fel, nem szegmentálja olyan mértékben a turistákat, így ezáltal a látogatók számára is kevésbé speciális. Az élménynyújtás egy jó lehetőség számukra, hogy felhívják magukra a figyelmet, vagyis megvan a potenciál ezen múzeumokban is, hogy az általuk nyújtott élményeken keresztül elsődleges attrakcióként jelenjenek meg.

Az elemzett múzeumok közül három esetében (Magyar Mezőgazdasági Múzeum, Magyar Nemzeti Galéria és az Iparművészeti Múzeum) az *esztétikai élmény* szerzését emelték ki a legmagasabb arányban (70-90 %), ezeknél a múzeumoknál a turisták jellemzően a külsejét, vagyis magát az épület szépségét dicsérték, és sokan kiemelték, hogy milyen jó helyen találhatóak és könnyű eljutni az adott múzeumba. Többen kiemelték, hogy egy-egy időszak kiállítás mennyire csodálatos volt, és szerencsésnek érezték magukat, hogy ebben az időszakban jöttek Budapestre, mely azt mutatja, hogy egy-egy kulturális élmény milyen meghatározó lehet egy város meglátogatása során. Többen is utaltak arra, hogy a jegyek ára nagyon kedvező, kifejezetten a Budapest Kártyával, illetve, hogy az idős korosztálynak ingyenes.

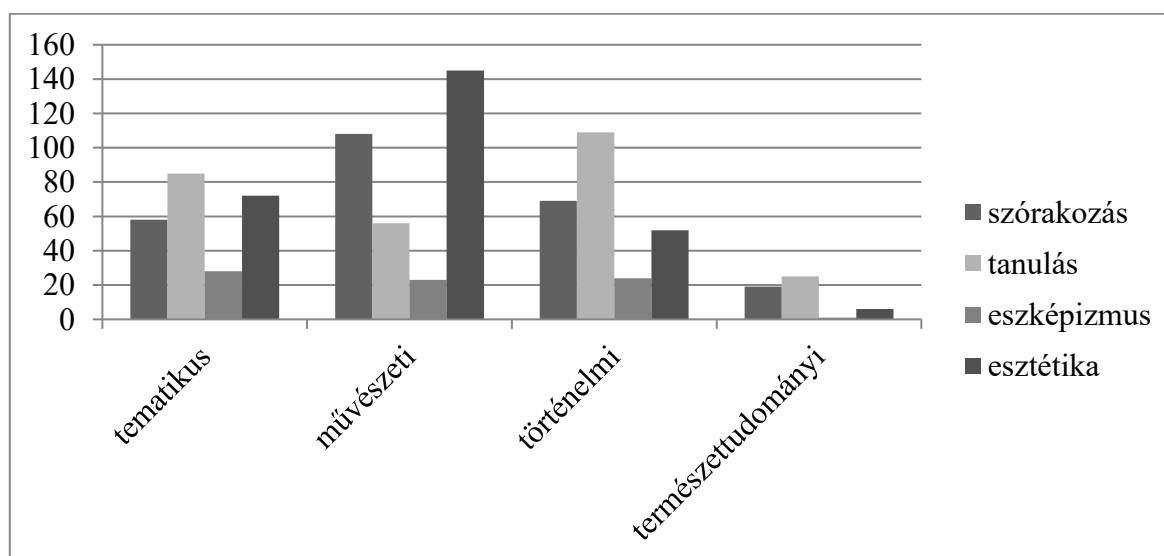
A múzeumok többségében (5/9) a *tanulási élmény* volt a domináns. A tanulási élmények közül leginkább azt emelték ki, hogy a történelmi múzeumok esetén több kor műveit is megismerhették, illetve, hogy a magyar művészek alkotásait is láthatták, és közelebb kerültek a magyar történelemhez, mely meglepően pozitív élményt nyújtott számukra. Nagyban növelték a tanulási élményszerzést a turisták számára az angol feliratok, valamint a soknyelvű audioguide. A tematikus múzeumok közül is a zsidósághoz és az orvostörténethez

kapcsolódóan és a Természettudományi Múzeum esetében is nagyon sok új információval gazdagodhattak a látogatók, mely nagyban növelte a tudásukat az adott témához köthetően.

A *szórakozási élmény* szinte mindenhol a második legjellemzőbben megjelenő turisztikai élmény kategória volt, vagyis a múzeumok lehetőséget biztosítanak a kiállítások és interaktív tevékenységeken keresztül a szórakozásra, de a tanulási vagy az esztétikai élmény általában erősebben érzékelhető a látogatók számára. Összességében nagyon élvezetesnek tartották a múzeumokat, és voltak, akik selfiet is csináltak az alkotásokkal, valamint sok helyen a ruhatár használatának lehetősége is hozzásegítette őket az élményszerzéshez, valamint maga a múzeumban elfogyasztott kávé is tovább növelte a szórakozás élményét egyes turistákban. Érdekes módon a Ludwig Múzeum volt az egyetlen, ahol a szórakozást emelték ki a legtöbbször és csak azt követte az esztétika, mely többek között annak köszönhető, hogy sok esetben maga a kiállítás az igazán művészetkedvelők által látogatott, hiszen leginkább elsődleges motivációval érkeznek ide a látogatók, és számukra igazi szórakozási élményt nyújt a kortárs művészet ilyen fokú megtekintésének lehetősége. A szórakozás élményét azonban csökkenti, hogy angol nyelven nem írják ki, és nem magyarázzák el az egyes művek háttérét, mely tovább fokozhatná a megértés/tudás élményét, valamint magát a szórakozási élményt is. A Nemzeti Zsidó Múzeum esetében a szórakozás jelenik meg legkevésbé, ugyanakkor ez a múzeum témájának jellegéből is fakad.

Az *eszképizmus élménye* minden múzeum esetében a legkevésbé jellemző (25 % alatti), mely arra enged következtetni, hogy a múzeumok az aktív részvétel szempontjából jellemzően a tanulási élményszerzésnek nyújt lehetőséget, az elmerülésre kevésbé van mód, melynek oka többek között a múzeumpedagógiai programok magyar nyelvűsége vagy a tárlatvezetések ritka volta.

Amennyiben a múzeum típusok alapján összegezzük a megszerzhető kulturális turisztikai élményeket (2. ábra), akkor azt mondhatjuk, hogy az esztétikai élmény a művészeti múzeumok esetében a legtöbbször megjelenő, míg a tematikus, történelmi és természettudományi múzeumok esetében is a tanulási élményszerzés lehetőségét emelték ki a legtöbbször. A szórakozási élmény mindenhol többször megjelenik, de nem domináns, illetve az eszképizmus élményét igen ritka esetben tapasztalják meg a látogatók a külföldi turisták.



2. ábra: Saját elemzési keret az előállított élmény modellje alapján

Forrás: Saját szerkesztés

Az élményszerzés szempontjából fontos kérdés, hogy a vélemények megfogalmazása során ajánlja-e valakinek a múzeumot a látogató, és ha ajánlja, aki szerinte ki az, aki a leginkább élményekkel gazdagodhat az adott múzeumban. A múzeumok többségében úgy ítélték meg a véleményt írók, hogy az elemzett múzeumok bárki számára élvezhetőek és a többségében pozitív élményeknek köszönhetően a válaszadók közel fele ajánlotta is az egyes múzeumokat. Voltak, akik csak a művészetkedvelők számára találták kihagyhatatlan attrakciónak a múzeumokat, mely talán egyértelmű, hogy a művészeti múzeumok esetében volt a legmagasabb arányban. Három múzeum esetében speciális szegmenst, érintetti kört jelöltek meg a turisták, amik számára szerintük élvezetes lehet az adott múzeum meglátogatása. A Nemzeti Zsidó Múzeumot kifejezetten azoknak ajánlják, akik a zsidóság helyzetének alakulása a II. világháború idején történetek iránt érdeklődnek. Az orvostörténeti múzeumot a magasabb kulturális élmény szerzése miatt elsősorban olyanoknak ajánlják, akik erősen érdeklődnek vagy van tudásuk az orvostudományban, mert azok számára sokkal könnyebben érthetőek az információk. A Magyar Természettudományi Múzeumot pedig leginkább gyermekeknek, iskoláskorúaknak ajánlják, hogy minél többet tanulhassanak erről a területről. Némely esetben negatív vélemények is megjelentek a múzeumokkal kapcsolatban, ilyenkor természetesen nem igazán ajánlották a múzeum meglátogatását mások számára, illetve páran csak rossz idő esetén, vagy ha éppen nincs más ötletük, akkor tartották jó programnak.

Következtetések

A kulturális élmény mértékét tekintve elmondható, hogy a véleményt írók alapvetően magas kulturális élményben részesültek a múzeumok meglátogatása során, pozitív élményekkel távoztak onnan. A Magyar Nemzeti Galériát meglátogatók között volt a legmagasabb a magas kulturális élményt szerzők aránya, míg a Magyar Természettudományi Múzeumban az a véleményt írók közel 40 %-a csak alacsony kulturális élményben részesült. A negatív vélemény kialakulását olyan egyéb tényezők befolyásolták legtöbbször, mint hogy az adott múzeum egy része zárva volt, így nem volt lehetőségük a teljes múzeum adta lehetőség megtekintésére. Néhol kevés információ volt az alkotásokról, vagy éppen nem volt kiírva angolul, valamint volt ahol térkép hiányában könnyen el lehetett veszni a múzeumban, vagyis a tanulási élményszerzés tovább növelhető lenne ezek javításával. Néhány visszajelző szerint nagyon beszűrődött a kinti zaj, és túl nagy volt a tömeg, amikor rendezvény volt, illetve volt, akinek a kerekesszékekkel nehéz volt bent mozogni, melyek a szórakozási élményüket csökkentették. Az esztétikai élmény többek számára azért volt alacsony, mert például a benti bútorok nagyon régiek. Szintén nagyon negatív volt, hogy a személyzet nem feltétlenül volt mindenhol kedves, illetve volt, ahol a WC használatért külön fizetni kellett. Sokan hiányolták a magyar művészekről vásárolható könyveket egyes múzeumi könyvesboltokból, hiszen más híres művészekről máshol is tudnak könyvet vásárolni, itt viszont inkább magyart vásároltak volna. Érdekes, hogy az eszképzizmus élménye, mint hiány nem jelent meg a visszajelzésekben, mely arra enged következtetni, hogy az elemzett múzeumok esetében erre kevésbé van igénye az élményvágyó kulturális turistának.

Az eszképzizmus élménye is fontos összetevője a fogyasztói élményeknek, melyre jó lehetőség lenne a múzeumok számára, ha lennének kézzel fogható tárgyak, eszközök, filmvetítések a műalkotások készítésével kapcsolatban, mobil applikációk a kiállításokhoz, társas vagy egyéni játékok a múzeum épületében, beöltöztetési lehetőségek az adott kornak megfelelően, vagy érintő képernyő használata. Külföldön már több példát is láthatunk az eszképzizmus élmény megtapasztalásának lehetőségére. Egy galériában a látogatóknak egy applikáció segítségével a festmények hatására bennük kialakult érzést kell bejelölniük (pl. düh, undor, ámulat, sajnálat, stb.), mellyel valóban bevonták a turistákat a festmények valós vizsgálatába és értelmezésébe. Egy másik galériában egy híres festménye előtt kellékeket és berendezési tárgyakat helyeztek

ki, amelyek a képen is megtalálhatóak, és a látogatók felpróbálhatták a ruhákat, leülhettek az asztalhoz, fotózkodhattak, mely a festmény alapos vizsgálatára készítette őket. (Bodnár, 2014)

A *kulturális turista tipológiákat* figyelembe véve a múzeum látogatói leginkább tudatos kulturális turisták, hiszen a többségüknek a kultúra jelentősen befolyásolta az utazási döntést, elsődleges vagy másodlagos céljuk volt az elemzett múzeumok megtekintése, és magas kulturális élményt is jelentett számukra. Nagyon kevés visszajelző került bele az eseti vagy városnéző kulturális turista típusba, mivel azoknak, akik meglátogatták a múzeumokat többségében magas kulturális élményt okozott, az alacsony kulturális élmény többsége pedig jellemzően nem maga a kultúra/művészet színvonala, mind inkább az egyéb tényezők miatt alakult ki.

Pine és Gilmore (1999) élménycategóriáit figyelembe véve a fogyasztói visszajelzések alapján azt mondhatjuk, hogy az elemzett kilenc budapesti múzeum esetében a fogyasztói élményt leginkább a tanulási és esztétikai élmény jellemzi, mely kiegészül szórakozási élménnyel, az eszképzimus élménye azonban hagy mértékben hiányzik, mely a múzeumok fogyasztói élményteremtő képességének újragondolásával nagymértékben javítható lenne.

Kutatásunk célja az volt, hogy feltárjuk a fogyasztók által tapasztalt kulturális turisztikai élményeket a kilenc kiválasztott múzeumban járó külföldi turisták visszajelzései alapján.

Az elméleti részben a kulturális turista fogalmát definiáltuk és tipologizáltuk, mivel a múzeumlátogatás szempontjából lényeges kérdés a kulturális motiváció az utazási döntésben, és az élményvágyó fogyasztók szemszögéből sarkalatos pont a megtapasztalt kulturális élmény milyensége. A turisztikai élmény tisztázását és főbb komponenseinek azonosítását követően a múzeumokra értelmeztük a négy fogyasztói élménycategóriát: tanulási, esztétikai, szórakozás és eszképzimus.

Fő kutatási kérdésünk az volt, hogy *milyen típusú élményeket tapasztalnak és tapasztalhatnak a külföldi turisták egy budapesti múzeum meglátogatása során.*

A *primer kutatásunk* eredménye, melyben a keresleti oldal visszajelzéseit elemeztük alátámasztották, hogy a fogyasztói élményszerzés tekintetében a múzeumok az elsődleges turisztikai attrakcióként értékelt múzeumok esetén a tanulási és esztétikai élményben részesültek leginkább, míg a másodlagos motivációval érkezők, jellemzően esztétikai élménnyel gazdagodtak. A szórakozási élmény szinte mindenhol második helyen szerepelt az élményszerzési lehetőségek között, míg az eszképzimus élménye kis mértékben került említésre.

A múzeumok meglátogatása jellemzően magas esztétikai élményben részesítette a tudatos kulturális turistákat, és az esetek többségében bárki számára élvezhetőnek ítélik meg a véleményt írók a múzeumokat, némely esetben látják úgy, hogy csak speciális érdeklődési körrel rendelkezők számára ehet élvezetes egy-egy múzeum meglátogatása.

Kutatási kérdésünkre tehát azt a választ kaptuk, hogy *a külföldi turisták a kilenc kiválasztott budapesti múzeum esetében összességében tanulási és esztétikai élményt tapasztalnak jellemzően, mely mellett a szórakozási élmény is erősen megjelenik, az eszképzimus élménye azonban kevésbé tapasztalható.*

Jelen kutatásunkban csak kilenc kiválasztott budapesti múzeum esetén vizsgáltuk az élményszerzés lehetőségét, melyet a továbbiakban kiterjesztünk majd vidéki múzeumokra is.

Az eszképzizmus élmény hiányának/alacsony megjelenésének egyik fő oka, hogy a múzeumok által erre fordított élményteremtési eszköz a külföldi turisták számára sokszor kevésbé releváns a magyar nyelvűség és időszakiság miatt, így a későbbiekben a magyar turisták véleményét is elemezni fogjuk. Az időszakot tekintve most a legfrissebb visszajelzésekre koncentráltunk, azonban érdemes egy-egy Budapest szempontjából turisztikailag frekvenciáltabb és kevésbé frekvenciált időszakot is kiválasztani, mely jobban megmutathatná, hogy a kulturális motiváció ereje milyen szerepet játszik a turisztikai élmények mélységében és milyenségében.

Irodalomjegyzék

1. Ásványi K. –Jászberényi M. –Bodnár D. (2017): Egy budapesti múzeum az élményvágyó kulturális turista szemében. In: Bányai E. –Lányi B. –Töröcsik M. (szerk.): Tükröződés, társtudományok, trendek, fogyasztás : Egyesület a Marketing Oktatásért és kutatásért (EMOK) XXIII. országos konferencia: Tanulmánykötet. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar (PTE KTK), Pécs. 5-13.p.
2. Bodnár D. (2014): IV. turisztikai attrakciók vonzerejének növelése mobil applikációkkal, digitális eszközökkel. In: Jászberényi M (szerk.): Kulturális turizmus sokszínűsége, Nemzeti Közszolgálati és Tankönyv Kiadó, Budapest. 131-142.p.
3. Jászberényi M. (2014): Kulturális turizmus elméleti háttere. In: Jászberényi M (szerk.): Kulturális turizmus sokszínűsége, Nemzeti Közszolgálati és Tankönyv Kiadó, Budapest. 11-22.p.
4. McKercher, B. – Cros, H. (2003): Testing a Cultural Tourism Typology. *International Journal of Tourism Research*, 5, 45-58. p. DOI: 10.1002/jtr.417
5. McKercher, B. (2002): Towards a Classification of Cultural Tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4, 29-38. p. DOI: 10.1002/jtr.346
6. Michalkó G.–Rátz, T. (2005): A kulturális turizmus élménygazdaságtani szempontjai. In: Egyedi Gy.–Keresztély K. (szerk.): A magyar városok kulturális gazdasága, MTA Társadalomkutató Központ, Budapest. 123–141.p.
7. Pine, B. J.–Gilmore, J. H. (1998): Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*. 76, 4, 97–105.p.
8. Pine, B. J.–Gilmore, J. H. (1999): *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press, Boston
9. Radder, L. – Han, X. (2015): An examination of the Museum Experience Based in Pine and Gilmore's Experience Economy Realms. *Journal of Applied Business Research*, 31, 2, 455-470. p.
10. Sulyok J. (2005) Kulturális turizmus az európai városokban. *Turizmus Bulletin*, 9, 3, 18-29.p.
11. WTO-ETC (World Tourism Organization – European Travel Commission) (2004): *City Tourism and Culture - The European Experience*.
12. Zátori A. (2014): Élményszemlélet a turizmusban: A turisztikai élményteremtés koncepciói. *Turizmus Bulletin*, 16, 2, 51-60.p.

A MAGYAR ÉP ÉS FOGYATÉKOSSÁGGAL ÉLŐ FIATALOK MUNKAERŐPIACI HELYZETÉNEK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE
COMPARING THE SITUATION OF YOUNG HUNGARIANS AND YOUNG HUNGARIANS WITH DISABILITIES IN THE LABOR MARKET

Laoues-Czibalmos Nóra¹, Müller Anetta², Bácsné Bába Éva³

¹PhD hallgató, ^{2,3}egyetemi docens

¹Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, ^{2,3}Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar
E-mail: laoues.nora@ped.unideb.hu, muller.anetta@econ.unideb.hu, bacsne.baba.eva@econ.unideb.hu

Összefoglalás

A munkanélküliség a csökkenő tendencia ellenére is a mai magyar társadalom egyik legnagyobb problémája, amelynek egyik legnagyobb kárvallottai és leginkább érintettjei a fiatalok, a pályakezdők. A rendszerváltás után a munkanélküliek számának emelkedésével egy időben nőttek meg a területi, regionális különbségek is. Ez a különbség a munkanélküliek számában is megmutatkozik. A munkanélküliség növekedése a háztartások munkajövedelmeit csökkentette, ami különösen sújtotta a fiatalokat. Magyarországon és más EU országokban is (Gáti et al. 2012). A munkajövedelmek csökkenésével a fiatalok megélhetési nehézségei is fokozódtak. A 2009-es gazdasági válság alatt az állami transzferből származó háztartási jövedelmek (pl. családi támogatás, segély) is csökkentek (Tóth – Medgyesi 2011, Medgyesi – Nagy 2014). Tanulmányunkban azt vizsgáljuk, hogy hogyan alakult a fiatal felnőttek életkörülménye, megélhetése és a munkaerő-piaci helyzete különös tekintettel, a fogyatékossgal élők személyek körében.

Abstract

Despite the downward trend, unemployment is one of the biggest problems of today's Hungarian society, with one of the biggest victims and most affected is young people, career starters. After the change of regime, the regional and regional differences increased at the same time as the number of unemployed increased. This difference is also reflected in the number of unemployed. The rise in unemployment has reduced household labor income, which has hit young people in particular. In Hungary and other EU countries (Gáti et al. 2012). With the fall in labor income, the livelihood difficulties of young people have also increased. During the economic crisis of 2009, household income from state transfers (eg family support, aid) also decreased (Tóth - Medgyesi 2011, Medgyesi - Nagy 2014). In our study, we examine how the living conditions, livelihoods and labor market situation of young adults evolved with particular attention to people living with disabilities.

Kulcsszavak: gazdaság, munkaerőpiac, foglalkoztatás, fogyatékossgal élő személyek

JEL besorolás: J00, J16

LCC: HD5701-6000.9, HD6050-6305

Bevezetés

A mai magyar fiatalok helyzetének vizsgálatokor célszerű áttekinteni az 1989-es rendszerváltás utáni időszakot, annak érdekében, hogy átlássuk milyen változások történtek, ami a pályakezdők munkaerőpiaci helyzetét befolyásolta. Az 1989-es rendszerváltással együtt járt a

privatizáció, amely közel másfél millió munkahely megszűnését jelentette (La-ki,2006). A munkaerőpiac egyik meghatározó folyamata volt, hogy a felsőfokú végzettségű-ek száma robbanásszerű növekedésnek indult. 1995 és 2004 között a frissen végzett diplo-mások száma megduplázódott, 26 ezerről 53 ezer főre növekedett. A bővülő gazdaság csak egy ideig tudta foglalkoztatni a frissen végzett diplomásokat, így a 2000-es évek elején megnövekedett a diplomások aránya a munkaerő piacon. A diplomások, és ezen belül a dip-lomás pályakezdők elhelyezkedési esélyeit vizsgáló kutatások születtek, amelyek fókuszál-tak a felsőfokú végzettségűek növekvő kínálatára és a gazdasági növekedés lassulására is. A felsőoktatási expanzió – bár kétségkívül kedvezőtlenül hatott – nem rontotta jelentős mér-tékben a diplomával rendelkező pályakezdők elhelyezkedési esélyeit, és nem eredményezte a felsőfokú végzettség leértékelődését. A kilencvenes évek végétől mérséklődtek ugyan a diploma megszerzésével járó munkaerő-piaci előnyök, de ez a negatív folyamat mérséklő-dött. Napjainkban azt tapasztalhatjuk, hogy a fiatal diplomások munkanélküliségének növe-kedése lelassult, és nem folytatódott a felsőfokú végzettségűek relatív foglalkoztatási esé-lyeinek csökkenése. Ugyanakkor negatív tendenciaként tapasztalhatjuk, hogy megnőtt az álláskereső átlagos időtartama (Nagy, 2011).

A munkaerőpiaci igények gyors és folyamatos változására az oktatási rendszer nem rea-gál mindig kellő gyorsasággal, így a fiatalokat érinti ez a probléma, hogy az elsajátított is-meretek és kompetenciák nem elégitik ki a munkáltató elvárásait teljes egészében.

A családok döntően a fiatalok taníttatását vélik a legjobbnak, így nemcsak a munkába ál-lás időpontja tolódik ki, hanem a fiatalok felnőtté válásának kezdete is. Ennek a tendenciá-nak köszönhető a felsőoktatás tömegessé válása, amely által egyrészt a fiatalok képzetbe-bekké válnak, másrészt viszont ez a folyamat egyre inkább elértékteleníti a diplomákat (Ga-zsó – Laki, 2004).

Magyarországon a 20. század utolsó éveiben fókuszáltak a fogyatékossgal élő emberek ügyére. Addig sajnos a társadalom nem foglalkozott velük, csak a családjuk. A szocializ-musban sem alakult ki a szociális és a foglalkozási rehabilitáció rendszere. Bár a bérszabá-lyozás megkívánta, hogy alacsony fizetésű munkaköröket létesítsenek és ezekben a munka-körökben a sérült vagy azzá vált emberek dolgozzanak. A rehabilitáció és a képességekhez igazított megfelelő munka hiányzott. Nagyobb számban csak védett munkahelyeken, gyá-rakban foglalkoztattak fogyatékossgal élő embereket.

Mivel egyszerű, kiegészítő, kiszolgáló munkakörökben foglalkoztatták a fogyatékossgal élő embereket, amihez nem kellett szakképesítés és az oktatási rendszer sem tette lehetővé, hogy a fogyatékossgal élő gyermekek szakképesítést szerezzenek, tehát az addig is a tár-sadalom szélén élő emberek még nagyobb arányban kiszolgáltattak lettek (Lechnerné, 2007).

A megváltozott munkaképességű vagy a fogyatékossgal élő személyeket vizsgáló kuta-tások a 90-es évektől jelentek meg a szakirodalmakban (Könczei, 1990; Csányi, 1990) na-gyobb számban napjainkban jelentek meg ezek a kutatások (Balázs et al., 2016/a, 2016/b; Balázs – Földi, 2017). A szakirodalmak - mely a fogyatékossgal élő személyek munka-erőpiaci helyzetét, társadalmi beilleszkedését és különböző szükségleteit (Block et al., 2013; Bota, 2014, Laoues-Müller 2018, Laoues et. al. 2019) vizsgálja - éppen ezért nem képeznek olyan teljességre törő rendszert és nem olyan sokszínűek, mint az épekkel foglalkozó tanul-mányok.

Napjainkban jelentek meg azok a kutatások is, melyek a fogyatékossgal élő személyek esetében kiemelten hangsúlyozzák az oktatást (Laki, 2018), illetve az oktatás és munkaerő-piacra jutás konvergenciáját is az érintett célcsoportban (Móré, 2016).

Demográfiai helyzetkép alakulása Magyarországon és az Európai Unióban

A 2011. évi népszámlálás alapján Magyarország becsült lélekszáma 2015. december 31-én 9 millió 823 ezer fő volt. A népesség száma 1981-ben még 10 millió 713 ezer fő volt, azóta folyamatosan csökken. 2018 január 1-én 9 millió 771 ezer fő volt 26,9 ezer fővel kevesebb, mint 2017-ben. 1981. január 1- 2018. január 1-ig 1 millió 142 ezer fővel csökkent a lakosság létszáma a születések és halálozások egyenlegéből adódóan.

Az EU-ban és Magyarországon is az egyik legnagyobb demográfiai kihívás a társadalom elöregedése. Ennek egyik oka részben az alacsony termékenység, amihez tartósan magas halandóság párosul. A születések száma 1998 óta folyamatosan csökken 100 ezer alatti, bár a teljes termékenységi arányszám emelkedő tendenciát mutat 2015-ben 1,49, 2017-ben 1,50, 1997-hez képest a legmagasabb. A halálozások száma 39 ezer 900 fővel haladta meg a születések számát 2015-ben, 2017-ben 131 ezer 700 fő halálozott el, amely magasabb értéket mutat 2015-hez képest.

A csecsemőhalandóság az eddigi legalacsonyabb volt 2017-ben. A népesség természetes fogyását a nemzetközi vándorlás egyenlege is befolyásolja. 2016-ban 1066 fő, 2017-ben már 13 ezer 200 fővel csökkentette a népesség fogyásának alakulását.

A fiatalok 15-29 éves korosztályban tartozók eloszlása a népszámlálás adatai alapján 1 millió 823 ezer 70 fő volt a 2011-es mérések alapján, ami a teljes népesség 18%-a, a legtöbb a 20-24 évesek aránya 618 ezer fő, míg a 14-19 évesek 503 ezer fős és a 25-29 évesek 611 ezer fős létszámot mutatnak.

A világon 650 millió fogyatékossgal élő ember él az ENSZ felmérése szerint. Európában 50 millióan.

Magyarországon a 2001-ben végzett felmérések szerint 577 ezer fő volt, a lakosság 5,77%-a. 1990-es mérésekhez képest emelkedett. A KSH 2011-es mérései alapján a megkérdezettek 15-64 évesek 21,5%-a 1 millió 439 ezer fő vallotta magát tartós betegnek vagy legalább 6 hónapig fennálló betegségről, egészségi állapotának romlásáról számolt be.

A nők aránya magasabb 770 ezer fő, a férfiaké alacsonyabb 669 ezer fő. Az egészségben bekövetkezett negatív változások hatással vannak a munkavállalásra, ezek a személyek akadályoztatva érzik magukat. Őket tekinthetjük megváltozott munkaképességűnek. 621 ezer fő a 45-64 éves korosztályhoz tartozik, mintegy kétharmaduk 55-64 éves korcsoportot alkotja (KSH, 2011).

A 2016-os mikrocenzusban megkérdezettek nyilatkozata alapján a fogyatékossgal élő személyek száma mintegy 80 ezer fővel 408 ezerre csökkent az előző népszámláláshoz képest. 2011-ben a népesség 6,2, 2016-ban 4,3%-a tartozott a fogyatékossgal élő lakosság-hoz (1. táblázat). A fogyatékossgal élő lakosság számának csökkenésében több ok között feltételezhetően meghatározó szerepet játszik, hogy az egészségi állapothoz kapcsolódó szociális ellátások rendszere a vizsgált időszakban jelentős mértékben átalakult, megszűnt a rokkantsági nyugdíj, felülvizsgálták az érintettek visszahelyezhetőségét a munkaerőpiacra, az idősebbek ellátását öregségi nyugdíjra váltották, valamint átalakultak az ellátórendszer jogosultsági feltételei. Mindezek következtében az Országos Nyugdíjbiztosítási Főigazgatóság nyilvántartásában 2011-ről 2012-re közel 70 ezer fővel csökkent az egészségi állapottal összefüggő juttatásban részesülők száma. A fogyatékossgal élő lakosság legnagyobb hányadát, csaknem felét a mozgássérültek teszik ki. 2011–2016 között nőtt az értelmi fogyaté-

kosok és az autisták létszáma (11 ezer fővel, 25%-kal, illetve 3800 fővel, 74%-kal). A fogyatékossgal élő lakosság több mint fele jelezte, hogy súlyosan, mintegy háromtizede, hogy mérsékelten akadályozza valamilyen egészségi probléma a mindennapi tevékenységében. A fogyatékossgal élő személyek ötöde azonban egészségi problémája miatt nem érzi magát korlátozottnak. A mindennapi tevékenységek elvégzésében egészségi probléma miatt magukat korlátozottnak érzők száma közel 1,5 millió. (Mikrocenzus 2016)

1. táblázat: A fogyatékossgal élő személyek száma és aránya

Fogyatékossgal élő személyek száma (fő)	2011 490 578	2016 408 021
aránya (%)	6,2	4,3

Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján, (Mikrocenzus 2016)

Foglalkoztatás az Európai Unióban és Magyarországon

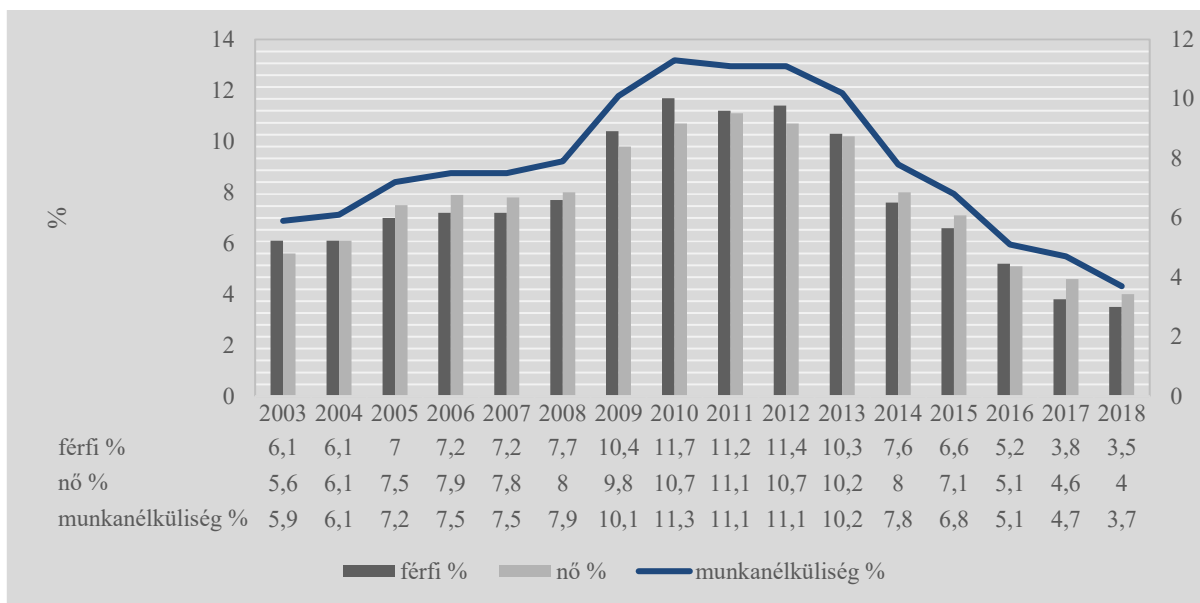
A foglalkoztatás a munkaerő- piaci vizsgálatok egyik lényeges eleme. A magyar gazdaság a potenciális növekedést fékező egyik legfontosabb strukturális problémája az alacsony aktivitás és foglalkoztatottság. Ezért a kormány a foglalkoztatás bővítését határozta meg a legfontosabb gazdaságfejlesztési és társadalompolitikai célként. 2020-ig 1 millió új, adózó munkahely létrejöttét. Kapcsolódva az európai célkitűzéshez a 20-64 év közötti népesség foglalkoztatásának 75%-ra növelését tűzte ki a kormány 2020-ig (Orbán, 2013).

Az ENSZ Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (továbbiakban: ILO) szerint világszerte továbbra is magas munkanélküliségi ráták és a folyamatosan veszélyeztetett foglalkoztatási helyzet számos feltörekvő és fejlődő gazdaságban továbbra is nagymértékben befolyásolják a munka világát. A 2015. évi munkanélküliséget mutató végső számadat-becslések szerint 197,1 milliót jelez (ILO, 2016). Ez 27 millióval több, mint a válság előtti, 2007. évi szint.

A foglalkoztatási ráta nem más, mint a munkában állóknak a teljes munkaképes korú népességhez viszonyított %-os aránya (Bishop, 2004).

A munkanélküliségi ráta a munkanélküliek számának és a munkaerő-állománynak a hányadosa, %-os formában kifejezve (Bishop, 2004). A teljes munkanélküliségi ráta az EU-28-ban 10,2%-os volt 2014-ben, ez 0,7 százalékpontos csökkenés 2013-hoz viszonyítva; mindez a korábbi évek nagyobb mértékű növekedése után következett (2011-ről 2012-re 0,8 százalékpontos növekedés, 2012-ről 2013-ra pedig 0,4 százalékpontos növekedés történt).

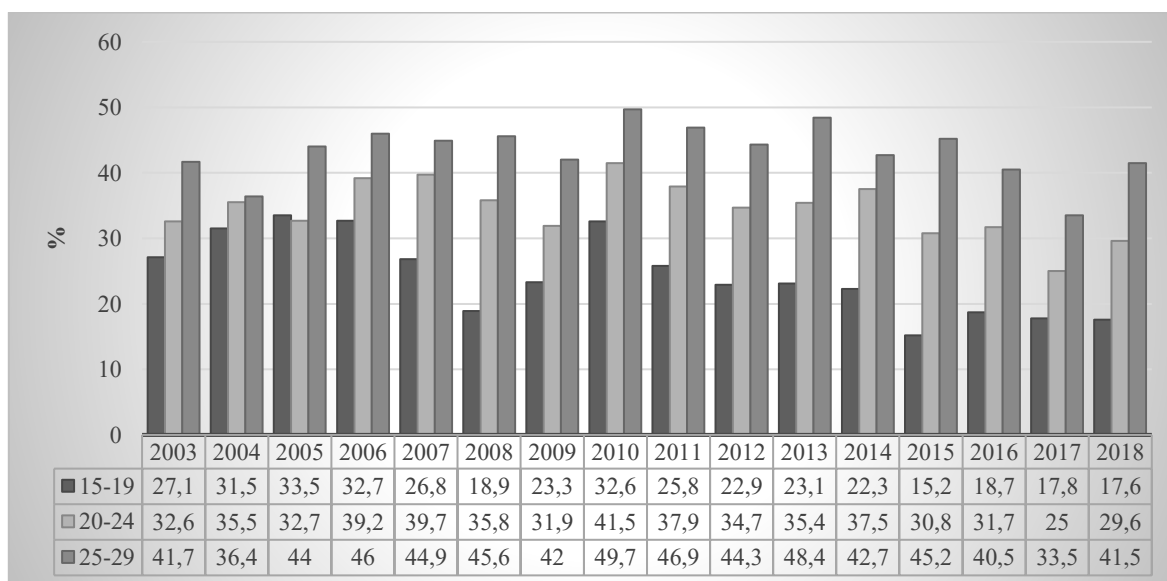
A tartósan munkanélküliek aránya a 15-64 éves munkanélkülieken belül 2003-ban átlagosan 42,5%, mely emelkedő tendenciát mutat 2010-ig, amikor is ez az adat 50,6% volt. 2011-től 2018-ig fokozatosan csökken a munkanélküliek aránya, 2018-ban 41,1%. Nemek szerinti megoszlásban 2003-ban 42,7% a férfiaknál, ami 2008-ban 49,3%-ra növekedett ez az adat, mely 2010-ben 51%-ra nőtt, és 2011-től fokozatosan csökkent így 2018-ban 43,4% lett az érték. 2003-2018-ig 0,7%-kal csökkent a munkanélküliek aránya. A nők aránya a munkanélkülieken belül 2003-ban 42,4%, 2010-ben 50,1%, ami 7,7% növekedést mutatott. 2011-től 49,3%, fokozatosan csökkent 2018-ig (38,6%), 1,07%-kal csökkent. A 2018-as adatok alapján megállapítható, hogy a nemek szerint a regisztrált munkanélküliek közül a nők száma alacsonyabb volt 4,8%-kal, mint a férfiaké. Az 1. ábra szemlélteti 2003-tól 2018-ig a munkanélküliségi ráta %-os megoszlását, melyben megfigyelhető a 2012-es évtől bekövetkezett pozitív tendencia, miszerint folyamatosan csökkent mind a két nem esetében ez az érték 2018-ig.



1. ábra: Munkanélküliségi ráta nemenkénti megoszlása a 15-64 évesnél

Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján, 2018

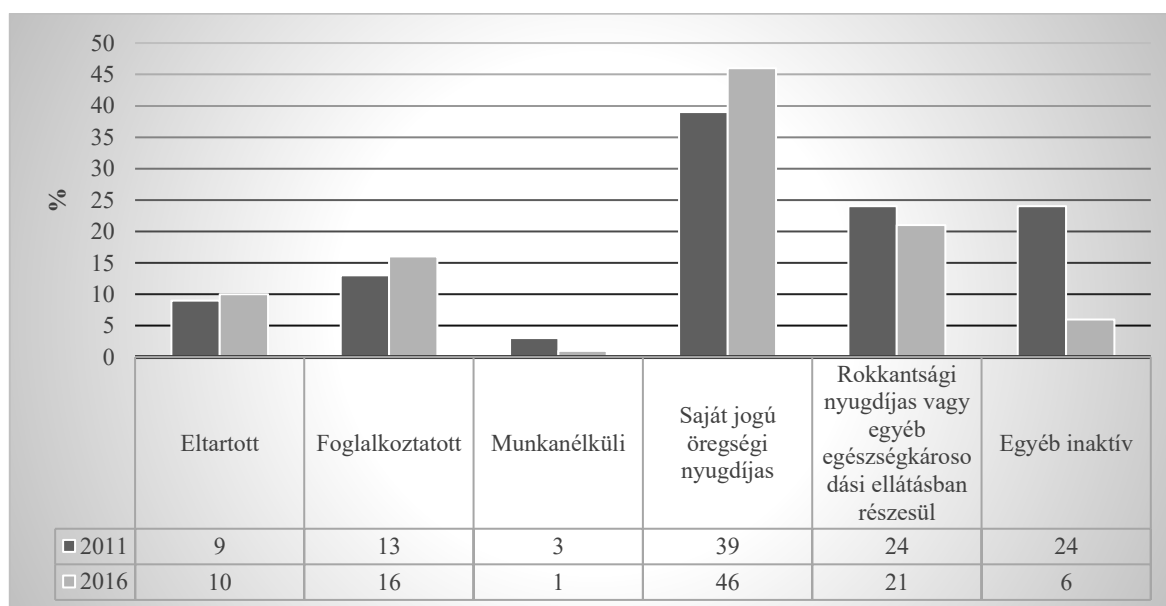
A tartósan munkanélküliek aránya a 15-19 éves korú fiatalok körében 2003-ban 27,1% volt, 2004-ben 31,5%, 2006-ig fokozatosan nő az értéke, majd 2007-ben 26,8% lett, mely érték lényeges csökkenést mutat (7,9%). 2010-ben a legmagasabb a tartós munkanélküliek aránya (32,6%) mely 2018-ig fokozatosan csökkenő tendenciát mutat. A 20-24 éves korcsoportba tartozóknál 2003-ban 32,6%, 2007-ben 39,7%-ra nő, 2010-ben 41,5%, ami kiugróan magas, 2011-től kezdve 37,9% és fokozatosan csökken 2018-ig. A 25-29 éves korosztály 2003-ban 41,7%, 2010-ben 49,7% a tartós munkanélküliek aránya, a növekedés mértéke 8%. 2011-ben 46,9%, 2013-ban 48,4%, majd fokozatosan csökken 2018-ig, ekkor 41,5%. 2003-tól 2018-ig ebben a korcsoportban 0,2%-kal csökkent a regisztrált fiatal munkanélküliek száma. A fent említett korcsoportban (15-19, 20-25) lényegesen magasabb a csökkenés (2. ábra).



2. ábra: A tartósan munkanélküliek (%) aránya korcsoport szerinti megoszlásban

Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján, 2018

A magyar társadalom aktivitási strukturájában 2011-hez képest 2016-ra jelentős változások következtek be. A foglalkoztatottak aránya 40-ről 46%-ra növekedett, miközben csökkent a munkanélküliek száma, az inaktív keresők és az eltartottak népességben belüli aránya. A fogyatékkal élő emberek aktivitási jellemzői jelentősen eltérnek a társadalom egészétől, de az öt év alatt bekövetkezett változásokat leíró általános trendek e csoportban is érvényesülnek. A fogyatékkal élő személyek körében a foglalkoztatottak aránya csaknem 3 százalékponttal, 16%-ra nőtt, csökkent a munkanélküliek és az inaktívak aránya. Az inaktív személyek körében megfigyelhető egy belső átrendeződés is, ami közvetlenül a rokkantsági nyugdíjas-státusz megszüntetésével, illetve a megváltozott munkaképességűek számára nyújtott támogatások rendszerének átalakításával hozható összefüggésbe. Az átrendeződésnek a fő eleme a rokkantsági, rehabilitációs, egészségkárosodási ellátásban részesülők, illetve az egyéb inaktívok arányának a visszaesése, és emellett a saját jogú öregségi nyugdíjasok arányának a növekedése (3. ábra).



3. ábra: A fogyatékkal élő lakosság (%) aránya gazdasági aktivitás szerinti megoszlásban

Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján, 2016 (Mikrocenzus 2016)

A fiatalok gazdasági aktivitása

A gazdasági válság során jelentősen növekedett a fiatalok körében mért munkanélküliségi ráta. A 15–24 évesek munkanélküliség-rátája az EU-országok átlagában a válságot megelőző év 16%-os értékéről 2012-ben 23%-ra emelkedett (EC, 2013). Magyarországon a fiatalok munkaerőpiaci helyzete az EU-átlagnál is kedvezőtlenebben alakult, pl. a 15–24 évesek munkanélküliségi rátája 2008-ban 20% volt, ami 2012-re 28%-ra emelkedett. A munkanélküliségi ráta növekedése a fiatalok körében nagyobb mértékű volt, mint a teljes aktív korú népesség körében, amely Magyarországon az EU-átlaghoz hasonlóan 3 százalékponttal növekedett 2008 és 2012 között (8%-ról 11%-ra). A 2016-os Magyar Ifjúságkutatás (MI, 2016) eredményei szerint a fiatalok 24 %-a megtapasztalta már a munkanélküliséget, 13 százalékuk volt már regisztrált munkanélküli.

A 2012-es adatokhoz (Székely, 2012) képest 5%-kal csökkent, 2016-ban a fiatalok 5 %-a volt nem regisztrált munkanélküli, mely a 2012-es adatokhoz képest 1%-kal nőtt, a fiatalok 6%-a

pedig volt már regisztrált és nem regisztrált munkanélküli is, mely a korábbi vizsgá-lathoz képest 2%-os növekményt mutat.

A posztindusztériális társadalmakban a meghosszabbodott iskoláztatás, a fiatalokat sújtó magas munkanélküliség, a családalapítás későbbre halasztása miatt a fiatalok önállósodása egyre jobban kitolódik. Egyre több fiatal marad a nagykorúság elérése után is bizonyos szempontok szerint szüleitől függő helyzetben. Ez az ún. „posztadoleszcens” életszakasz a fiatalkor és a felnőttkor közé ékelődik, és a két életszakasz közötti időben többé-kevésbé elnyúló átmenetet jelenti (Vaskovics, 2000).

A fogyatékossgal élő személyek körében alacsonyabb a foglalkoztatottság és az iskolázottság szintje. Az alacsony iskolai végzettség önmagában is jelentős hátrányt jelent a munkaerőpiacon. A megváltozott munkaképességűek között a legfeljebb alapfokú végzettségűek aránya 38,2% (ez több mint a másfélszerese az egészségeseket jellemző aránynak), további egyharmaduk pedig szakiskolai, szakmunkásképző iskolai végzettséggel rendelkezik (míközben a változatlan munkaképességűek 24,8%-ának van ilyen végzettsége). Ez tehát azt jelenti, hogy közel háromnegyed részük (71,1%) fokozottan nehéz helyzetben van, amikor munkát kíván vállalni. Érettségije, illetve annál magasabb végzettsége a megváltozott munkaképességűek alig több mint egynegyedének volt szemben a változatlan munkaképességűek 52,9%-ával (KSH,2011).

Az iskolai végzettség még napjainkban is erősen hat a munkaerő-piaci helyzetre, ugyan-akkor elemzésünkéből kiderül, hogy a kedvezőtlen származásúak még a megszerzett felsőfo-kú végzettség birtokában sem érik el a középosztályi társaik foglalkoztatási arányát, illetve még így is meghaladják az ott tapasztalt munkanélküliségi arányt. Még inkább elkésérítő, hogy a hátrányos származású, felsőfokú végzettséggel rendelkező fiatalok a társadalom felső osztályaiba született, sikertelennek minősülő iskolai karriert (legfeljebb szakiskolai végzettség) befutott kortársaikat is csak éppen utolérnek foglalkoztatási mutatóikban, bár sikeres elhelyezkedésüket követően bérkilátásaik már jobbnak bizonyulnak.

Anyag és Módszertan

A kutatás során a Magyar Ifjúság 2012 adatbázisát használtuk. A Magyar Ifjúság 2012 ku-tatása során 8.000, 15-29 éves fiatal kérdezett meg, egy hozzávetőlegesen 70 perces kérdő-ívvel 2012. szeptember és november között. A kutatásuk reprezentatív a 15-29 éves magyar népességre nézve területileg, településtípusonként, korcsoportok és nemek szerint.

A kérdőív 10 nagyobb blokkból állt: a család és gyermekvállalás, az oktatás, a munkaerő-piac, a külföldi munka és tanulás, a politikai attitűd, valamint a média blokkból, amelyeket önkítöltős formában követtek a politika és vallás, valamint a szexualitás és drog blokkok. A kérdőívet a lakáshelyzetre, életkörülményekre vonatkozó, valamint a kérdezők számára fel-tett kérdésekkel zárták. Ezt a kutatást négy évente készítik el, amelynek eredményei a fiata-lokkal kapcsolatos döntések és intézkedések alapjául szolgálnak.

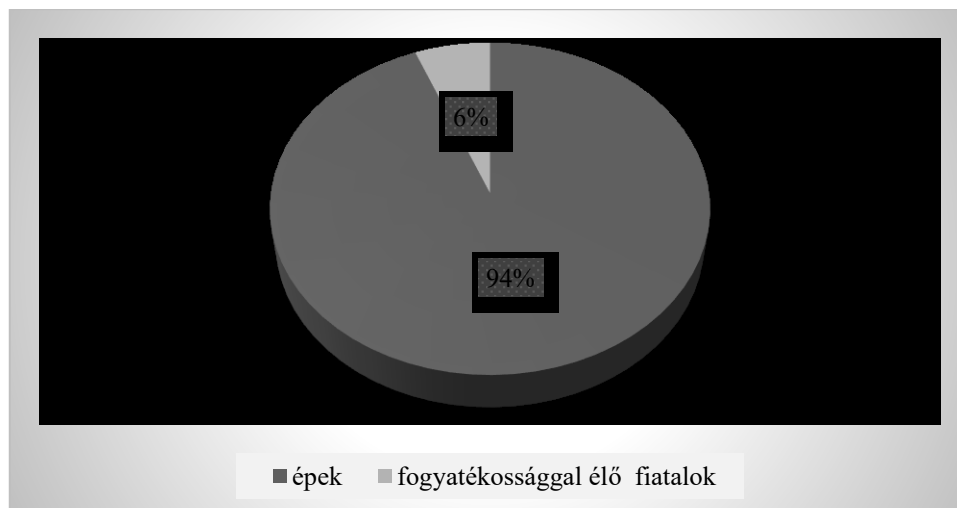
Elemzésünkben a fiatal felnőttek csoportját az ifjúsági kutatásoknál szokásos életkori le-határolásnál (15–24 évesek, 15–29 évesek) körében vizsgáljuk.

A fent említett blokkokból az oktatást és a munkaerőpiacot vizsgáltuk. Leválasztottuk a mintát, ami a 15-29 éves fiatalokból (továbbiakban: épek) és a 15-29-éves fogyatékossgal élő fiatalokból állt. Az épek elemszáma 7232 fő, a fogyatékossgal élő fiataloké 451 fő volt.

A vizsgálatokból származó adatokat SPSS szoftver segítségével dolgoztuk fel. Az adatokból számítottunk alapstatisztikát: százalékos eloszlásokat néztünk, valamint átlagot számoltunk.

Eredmények

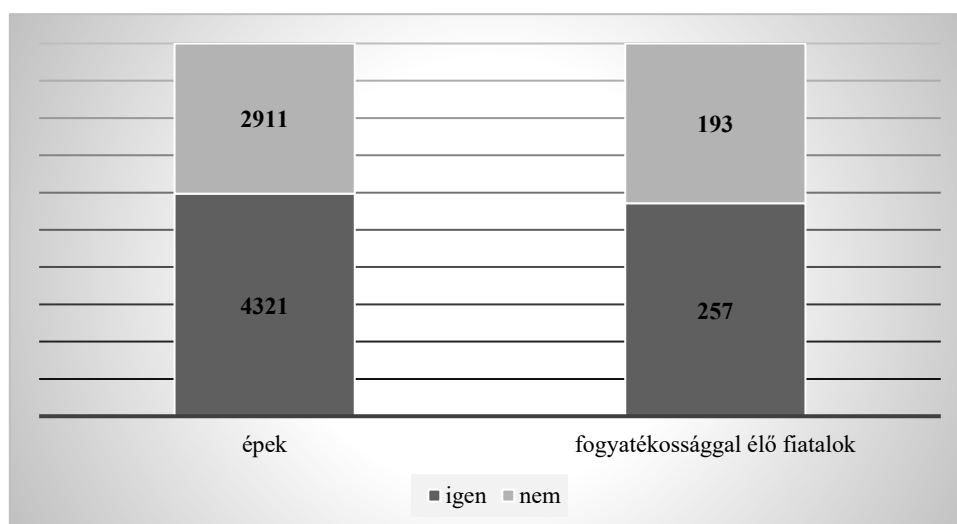
A felmérésben épek elemszáma 7232 fő (94%), a fogyatékossgal élő fiataloké 451 fő (6%) volt (4. ábra).



4. Ábra: Az épek és a fogyatékossgal élő fiatalok megoszlása

Forrás: A szerzők, 2019

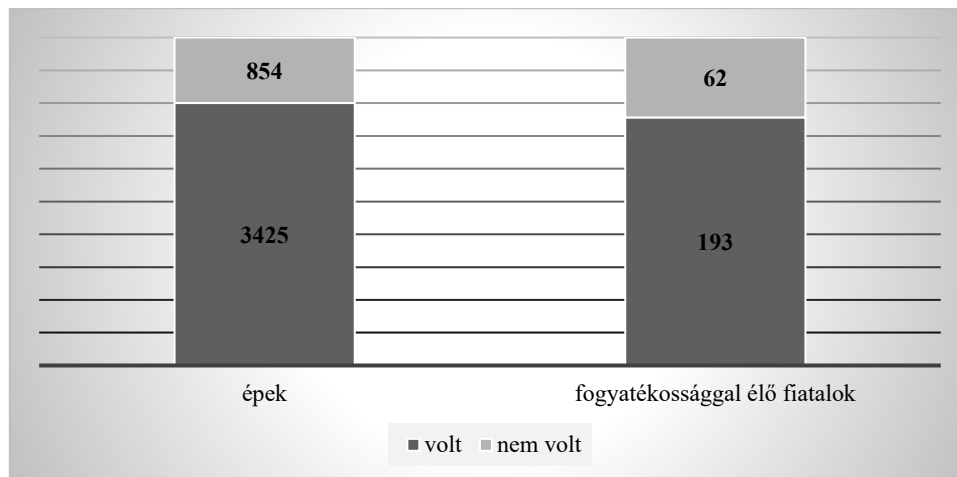
A kutatás során, arra a kérdésre, hogy eddigi élete során végzett-e olyan munkát, amiért pénzt kapott az épek köréből pontosan 7232 főből 4321 fő (59%) végzett olyan munkát, amiért pénzt kapott, 2911 fő (40%) pedig nem végzett olyan munkát. Ezzel szemben a 451 fő fogyatékossgal élők közül 257 fő (57%) végzett, és 193 fő (43%) nem végzett olyan munkát, amiért pénzt kapott (5. ábra).



5. Ábra: Az épek és a fogyatékossgal élő fiatalok megoszlása aszerint, hogy részesültek juttatásban az elvégzett munkájukért

Forrás: A szerzők, 2019

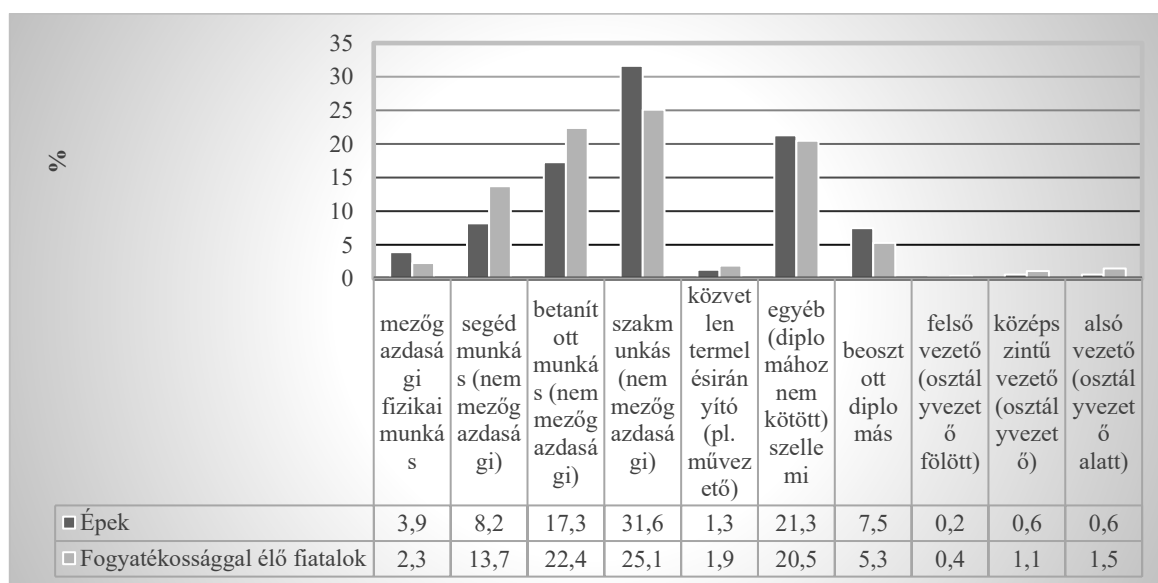
A 6. ábrán látható az érintett populációk legalább három hónapos munkaviszonyának megoszlása. Az ép populációból 2960 fő hiányzik a rendszerből, 3425 főnek (80%) volt legalább három hónapig tartó munkaviszonya, 854 főnek (20%) pedig nem volt. A fogyatékos-sággal élő fiatalok körében 194 fő hiányzik a rendszerből, 193 főnek (75,6%) volt három hónapig tartó munkavállalása és 62 főnek (24,4%) nem volt.



6. Ábra: Az épek és a fogyatékos-sággal élő fiatalok három hónapos munkaviszonyának megoszlása (fő)

Forrás: a szerzők, 2019

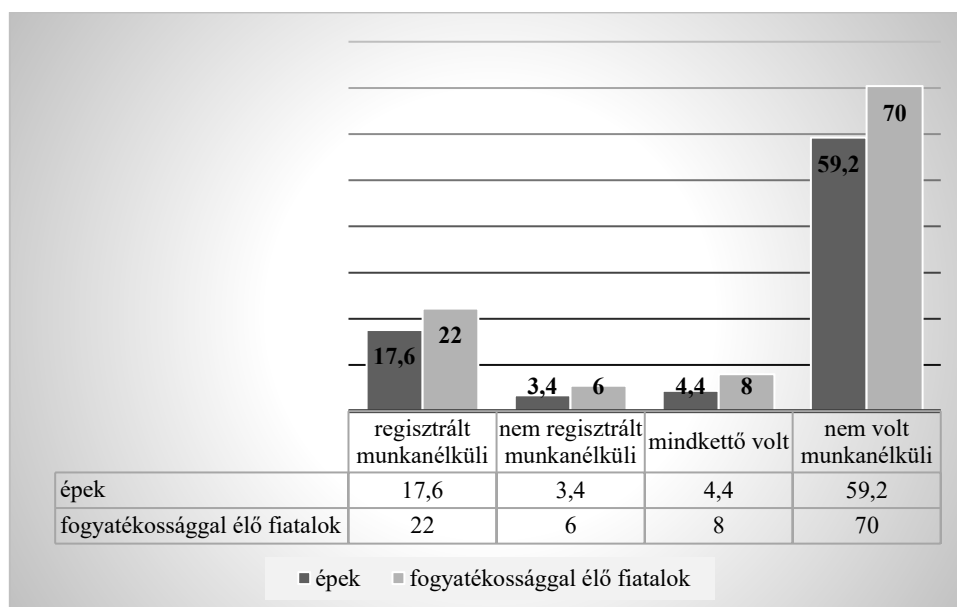
A foglalkozás típusok tekintetében (7. ábra) mezőgazdasági munkát az épeknél 175 fő (3,9%) a fogyatékos-sággal élőknel 6 fő (2,3%) végzett. Segédmunkás az épeknél 364 fő (8,2%), a fogyatékos-sággal élőknel 36 fő (13,7%) volt. Betanított munkásként az épek közül 772 fő (17,3%), a fogyatékos-sággal élők közül 59 fő (22,4%) dolgozott. Szakmunkás az épeknél 1410 fő (31,6%) a fogyatékos-sággal élő fiataloknál 66 fő (25,1%) volt. Vezető beosztásban mindkét populációban alacsony létszámban volt jelen.



7. Ábra: Százalékos megoszlás az épek és fogyatékos-sággal élő fiatalok foglalkoztatási típusainak körében

Forrás: A szerzők, 2019

A 8. ábrán látható, hogy mindkét vizsgált populációban magas volt azoknak a száma, akik nem voltak munkanélküliek. Az épeknél 1279 fő (17,6%), a fogyatékossgal élőknél 100 fő (22,2%) volt regisztrált munkanélküli. Nem regisztrált munkanélküli az épeknél 248 fő (3,4%) a fogyatékossgal élőknél 25 fő (6%) volt.



8. Ábra: Munkanélküliség feltérképezése az épek és a fogyatékossgal élő fiatalok körében

Forrás: A szerző, 2019

Összegzés

A munkavégzés elterjedtsége természetes módon szorosan összefügg az életkorral és az iskola típusával. A felsőfokú tanulmányt folytató fiatalok több mint harmada végzett már életében valamilyen munkát, hasonlóan magas ez az arány az érettségit követő szakképzés-ben résztvevők körében. A szakiskolában, szakmunkásképzőben tanulók egy-ötöde végzett már élete során pénzkereső munkát.

Az életkori sajátosságok miatt magától értetődően a legalacsonyabb a tanulmányok mellett munkát végzők aránya az általános iskolások, illetve a gimnáziumba járó fiatalok körében és a szakközépiskolában tanulók között

A tanulás melletti munkavégzés gyakoriságára vonatkozóan a közelmúltban elvégzett más kutatások közül a KSH Munkaerő-felmérésének 2010. IV. negyedévi, a fiatalok munkaerőpiaci helyzetével foglalkozó kiegészítő moduljának mérése ad viszonyítási lehetőséget. Ennek adatai szerint a nappali tagozaton tanuló 15-29 évesek 20 százaléka végzett a tanulás mellett valamilyen munkát (KSH, 2011). A korábbi munkatapasztalatnak jelentős szerepe van a munkaerőpiaci versenyképességben. A Magyar Ifjúságkutatás 2016-os legfrissebb adatai szerint a 15-29 évesek körében gyakori, hogy az iskola mellett vállalnak munkát, mely érték némi emelkedést mutat a 2012-es évhez képest. A szünidei munkával kapcsolatos kérdésre a válasz: a megkérdezettek 52%-a dolgozott valamilyen rendszerességgel az iskola mellett, ami két százalékpontos emelkedést jelent a 2012-es felméréshez képest. Ugyanakkor az iskolai idő alatt történő munkavégzés területén csökkenést láthatunk, mivel míg 2012-ben a fiatalok 26%-a addig 2016-ban pedig 24%-a dolgozott iskola mellett.

Több kutatás megerősíti, hogy igen gyakori a felsőoktatásban tanuló hallgatók esetében az önkéntes munkavégzés, melynek motivációiban a karrierépítés, a munkatapasztalat, szakirányú munkatapasztalat szerzése, mely a munkaerőpiaci esélyeiket növeli (Bocsi et al. 2017; Bácsné et al., 2018/a, 2018/b).

A tanulás melletti munkavégzés abban a vonatkozásban is fontos tényező, amennyiben segíthet a későbbi elhelyezkedésben, pl. azért, mert olyan képességekhez, készségekhez jut-tatja a fiatal, amelyet a munkaerőpiac fokozottan értékel, vagy azért, mert a tanulás melletti munkavégzés során kapcsolatokat, ismeretségeket lehet szerezni.

A fogyatékossgal vagy megváltozott munkaképességgel élők egyre fontosabbá válik, valamint a foglalkoztatáspolitikában azoknak az ösztönzőknek a kialakítása, mely ennek a célcsoportnak a társadalmi és munkahelyi integrációját segítik (Dióssi, 2011; Dajnoki et al., 2010). Hazai kutatás (Nagy-Csoba 2011) felhívja a figyelmet a fogyatékossgal élők alacsony iskolai végzettségére, mely a munkaerőpiaci versenyképességüket kedvezőtlenül befolyásolja. A fogyatékossgal élő személyek iskolai végzettségük tekintetében a teljes magyar népességben megfigyelhetőtől jóval kedvezőtlenebb (az NCSSZI-TÁRKI 2010-es mérése szerint az egészségkárosodásukról orvosszakértői minősítéssel rendelkező aktív korú személyek több mint egyharmadának a legmagasabb végzettsége az általános iskola (mely a teljes népesség ötödére jellemző), az érettségizettek aránya is csupán 20%, a diplomásoké 5%).

A munkaerőpiaci helytállásban éppen ezért a fogyatékossgal élő fiatalok oktatására, az oktatásuk során olyan kompetencia-fejlesztés fókuszú képzések kialakítása válik fontossá, mely segíti őket a versenyképességük javításában a munkaerőpiacon.

Köszönetnyilvánítás

A publikáció elkészítését az EFOP-3.6.2-16-2017-00003 számú projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.

Irodalomjegyzék

1. Bácsné B. É., Bács Z., Pető K., Müller A., Pfau C., Dajnoki K., Molnár A.: Önkéntesség a sportban (2018): International Journal of Engineering and Management Sciences / Mű-szaki és Menedzsment Tudományi Közlemények 3: 5 pp. 217-230., 14 p., DOI: 10.21791/IJEMS.2018.5.23.
2. Bácsné, B. É.; Müller, A.; Molnár, A.; Dobay, B.; Bács, Z.; Pető, K.: Tourism-Volunteering And Sport - Connections And Implications From A Research. (2018): Acta Oeconomica Universitatis Selye 7: 2 pp. 19-33. Paper: 1338-6581, 15 p., ISSN: 1338-6581
3. Balázs-Földi E., Dajnoki K.: Munkáltatói aspektusok feltárása a fogyatékos és megváltozott munkaképességű személyek foglalkoztatásában. (2016b) Taylor: Gazdálkodás- És Szervezéstudományi Folyóirat: A Virtuális Intézet Közép-Európa Kutatására Közleményei 8:(3.szám No24) pp. 93-103., ISSN 2064-4361
4. Balázs-Földi E., Dajnoki K.: Sajátosságok a fogyatékos és megváltozott munkaképességű munkavállalók foglalkoztatásában. (2016 a): Gradus Vol. 3.:(No.1) pp. 313-318., ISSN 2064-8014
5. Balázs-Földi E.: Fogyatékos és megváltozott munkaképességű személyekkel kapcsolatos ismeretek összehasonlító elemzése Hajdú-Bihar megye három járásában. (2017) Taylor: Gazdálkodás- És Szervezéstudományi Folyóirat: A Virtuális Intézet Közép-Európa Kutatására Közleményei 29-30:(3-4) Pp. 26-34., ISSN 2064-4361

6. Bishop, M.: Essential Economics. (2004) Profile Books Ltd, London, 282 p. (ISBN: 978 1 86197 5805)
7. Block ME., Taliaferro A., Moran T.: Physical Activity and Youth with Disabilities. (2013) Barriers and Supports. Prevention Researcher 20: 18., ISSN-1086-4385
8. Bocsi V., Fényés H., Markos V.: Motives of volunteering and values of work among higher education students, (2017) Citizenship Social And Economics Education 16: (2) pp. 117-131.
9. Bota A, Teodorescu S, Serbanoiu S.: Unified Sports - a Social Inclusion Factor in School Communities for Young People with Intellectual Disabilities. (2014) 3rd International Congress on Physical Education, Sport and Kinetotherapy (Icpeks 2013) 117: 21-26., <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.172>
10. Csányi, Y.: Fogyatékosok integrációja- nemzetközi és hazai kitekintés. (1990) Gyógypedagógiai Szemle,4, pp 271–279.
11. Dajnoki K., Vörös P., Bodor M.: Munkakörtervezés az esélyegyenlőségi emberi erőforrás menedzsmentben, (2010) Acta Agraria Kaposváriensis, 14 (1) 93 p., ISSN:1418-1789
12. Dióssi K.: Fogyatékosok munkáltatásának szabályozása – Valós eredményt hoz-e a kvóta-rendszer szigorítása? (2011) Munkaügyi Szemle, 2011/4, 95.p.
13. European Commission: Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion Employment and Social Developments in Europe (2013), European Union.
14. Eurostat: Employment (main characteristics and rates) -annual averages (lfsi_emp_a). (2016) http://ec.europa.eu/eurostat/data/database?node_code=lfsi_emp_a (Letöltés dátuma: 2018. 01.05.)
15. Eurostat: Employment rate, persons aged 20-64, by NUTS 2 regions, 2012 (%) (2015a): http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/images/5/5a/Employment_rate%2C_persons_aged_20%E2%80%9364%2C_by_NUTS_2_regions%2C_2012_%28%25%29_RYB14.png (Letöltés dátuma: 2018. 01.05.).
16. Eurostat: Népeség, összesen (2004–2015). (2015b) Eurostat. (Letöltés dátuma: 2018. 01.05.).https://www.ksh.hu/docs/hun/eurostat_tablak/tablat/tps00001.html
17. Gáti A., Medgyesi M., Ozdemir E., Ward, T.: Young people in the crisis. (2012) EU Commission Employment, Social Affairs and Inclusion, Social Situation Observatory
18. Gázó F., Laki L.: Fiatalok az Újkapitalizmusban. (2004) Budapest, Napvilág Kiadó, ISBN: 9789639350403
19. Income Distribution and Living Conditions Research note 5/2012.
20. International Labour Organization (2016): http://www.ilo.org/budapest/information-resources/press-releases/WCMS_444329/lang--en/index.htm (2018.03.11.)
21. Könczei Gy.: A rehabilitáció rehabilitációjáért! (Fogyatékos emberek a munkaerőpiacon). (1990): Szociálpolitikai Értesítő, 3.
22. Központi Statisztikai Hivatal (2011): (<http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/megvaltmunkakep.pdf> (letöltés dátuma. 2018.04.27.)
23. Központi Statisztikai Hivatal 2018: Munkanélküliség 2003-2018. http://www.ksh.hu/thm/2/indi2_3_2.html
24. Központi Statisztikai Hivatal: Demográfiai Évkönyv 2011, (2012): Budapest: Központi Statisztikai Hivatal
25. Központi Statisztikai Hivatal: Megváltozott munkaképességűek a munkaerőpiacon. 2011, 2012. május; <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/megvaltmunkakep.pdf> Letöltés ideje: (2018. 01.02.)

26. Laki I.: Felsőoktatás és a fogyatékossgal élő hallgatók. (2018) In: Mócz, Dóra (szerk.) A képzéstől a munkaerőpiacig. Tanulmányok az emberi erőforrás menedzsment terülről. Orosháza, Magyarország: Kodolányi János Főiskola (KJF), (2018) pp. 115-124., 10 p., ISSN 0133-2597
27. Laki L.: A generációs reprodukció néhány jellegzetessége a lemaradó térségekben. (2006): MTA Politikai Tudományok Intézet.
28. Laoues C.N., Müller, A. (2018):Az integráció-szegregáció helyzete egy kutatás tükrében. Különleges Bánásmód 4 : 4 pp. 19-31.
29. Laoues C.N., Müller, A; Bácsné, B. É. (2019): Fogyatékossgal élő személyek sportolásával foglalkozó sportszervezet kommunikációs sajátosságainak vizsgálata. Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok 13 : 3-4 pp. 119-128.
30. Lechnerné V. J.: A magyarországi foglalkozási rehabilitáció rövid bemutatása. (2007): Cor-vinus Egyetem.
31. Magyar Ifjúságkutatás 2016: http://www.ujnemzedek.hu/sites/default/files/magyar_ifjusag_2016_a4_web.pdf
letöltés dátuma: 2019.01.09
32. Medgyesi M., Nagy I.: Fialok életkörülményei Magyarországon és az EU országaiban 2007 és 2012 között. (2014). 303-323.p., ISSN 1216-6561
33. Microcensus 2016. (szerk. Janák Katalin-Tokaji Károlyné). 8. A fogyatékos és az egészségi ok miatt korlátozott népesség jellemzői. KSH, 2018-as kiadványa. ISBN 978-963-235-494-1ö.
https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mikrocenzus2016/mikrocenzus_2016_8.pdf
34. Móre M., Mező K.: Fogyatékossgal élők a tanulástól a munkavállalásig. (2016) Különleges Bánásmód (2/1.). pp. 17-26. DOI 10.18458/KB.2016.1.17
35. Nagy M.: Speciális andragógia, (2011) Szent István Egyetem, https://www.tankonyvtar.hu/en/tartalom/tamop412A/2010-0019_Specialis_andragogia/ch16.html (letöltés dátuma: 2019.02.03)
36. Nagy Z-Csoba J (2011): A fogyatékossgal élők. (114-133.p.) In:Csoba Judit. (szerk): Munkaerőpiaci változások, leszakadó társadalmi csoportok. Szociotéka, Debrecen. 2011. 176.p. ISBN 978-963-473-467-3.
https://szociologia.unideb.hu/sites/default/files/upload_documents/csoba_judit_munkaeropiacki.pdf
37. NCSSZI-TÁRKI (2011): Az egészségkárosodottak helyzete Magyarországon. Gyorsjelentés a támop 5.4.1-08/1-2009-002 sz. Kiemelt projekt v. Kutatási pillérének keretében végzett „d” kutatás eredményeiből. (szerk: Tátrai-Gábor)
<file:///C:/Users/user/Downloads/tarki-gyorsjelentés-az-egészségkárosodottak-helyzete-magyarországon.pdf>
38. Orbán A.: Az esélyegyenlőség javítását, az egyenlő bánásmód érvényesítését szolgáló Unió és nemzeti szintű stratégiák, ágazati politikák. (2013) In: Varga Aranka: Esélyegyenlőség a mai Magyarországon. Pécsi Tudományegyetem BTK NTI Romológia és Nevelésszocio-lógia Tanszék.
39. Székely L.: Magyar Ifjúság 2012 Tanulmánykötet., ISBN 978-963-08-7372-7 (2012): http://kutatopont.hu/files/2013/09/Magyar_Ifjusag_2012_tanulmanykotet.pdf
Letöltés ideje: 2018.01.20.
40. Tóth, I. Gy., Medgyesi M.: Income distribution and living difficulties in the midst of consolidation programs and crises in Hungary. (2011) In: Fazekas, K. – Gy. Molnár eds. The Hungarian labour market: Review and analysis. Budapest: Institute of Economics, IE HAS – National Employment Foundation., ISBN 978–88–470–1765–8.

41. Vaskovics L.: A posztadoleszcencia szociológiai elmélete. (2000) Szociológiai Szemle, 2000/4. sz., ISSN 1216-2051

GONDOLATOK A BESZÁLLÍTÓI KIVÁLASZTÁS FOLYAMATÁRÓL
NAGYVÁLLALATOK VIZSGÁLATÁN KERESZTÜL
SOME THOUGHTS ON THE PROCESS OF SUPPLIER SELECTION BY EXAMINING
LARGE COMPANIES

Morauszki Kinga Szilvia

PhD hallgató

Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományi Kar, Gazdálkodás és
Szervezéstudományok Doktori Iskola
E-mail: kinga.morauszki@gmail.com

Összefoglalás

Minden vállalatra igaz a megfogalmazás, miszerint a vállalatok, hogy jövedelmezőségüket és versenyképességüket növelni tudják, olyan beszállító partnereket keresnek, akik jól és rugalmasan reagálnak a változásokra, jó minőséget produkálnak és nem a legdrágább árral dolgoznak. Habár a vevő vállalatok egyre szigorúbb feltételeket szabnak – hiszen egyre erőteljesebb a verseny a beszállító státusz elnyeréséért –, mégis vannak olyan beszállítók, akik képesek lépést tartani a többi vállalattal a mai világban. Egy beszállító kiválasztásánál nem csak az ár a döntő tényező. Nagy jelentőséggel bír az is, hogy a szállító termékeiben realizálódik a beszállított termék vagy szolgáltatás minősége, éppen ezért figyelembe kell venni további kiválasztási faktorokat is, mint pl. a szervezet felkészültségét, fejlődőképességét, minőségügyi elkötelezettségét, a minőségügyi rendszerét és annak gyakorlati alkalmazását. Ennek megfelelően maga a kiválasztás folyamata, számos nehézséggel néz szembe. Jelenlegi tanulmány ezeket a pontokat, problémákat hivatott összefoglalni, ismertetni, melyekkel a hazai autópárhazban tevékenykedő nagy vállalatok küzdenek.

Abstract

It is true for every company that the companies that seek to increase their profitability and competitiveness are looking for suppliers who respond well and flexibly to changes, produce good quality and do not work at the most expensive price. Though the buyer companies are imposing stricter and stricter conditions - as the competition for obtaining supplier status is gaining momentum - there are suppliers, though, who are able to keep up with other companies in today's world. When selecting a supplier, not only the price is the decisive factor. It is also of great importance that the supplier's products realize the quality of the delivered product or service, therefore, further selection factors should be considered such as the organization's preparedness, ability to develop, quality commitment, quality assurance system and its practical application. Accordingly, the selection process itself faces many difficulties. The current paper aims to summarize these points and problems with which large companies in the domestic automotive industry are struggling.

Kulcsszavak: kiválasztás, beszállító, nehézségek

JEL besorolás: M16; L22

LCC: T175-178

Bevezetés

A globalizáció hatására a termékek életciklusa lerövidül. Az ipar és a vevői követelmények folyamatos változásával a gyártónak is lépést kell tartania. Így előfordulhat, hogy a ma (2018)

megvásárolt termék, legyen az egy TV-készülék, számítógép, vagy személygépkocsi, jövőre már elavultnak, réginek számít. Hiszen ahogy kikerülnek az „új” termékek a fogyasztók elé, a gyártó a háttérben már a következő generáción dolgozik. A vevő igyekszik mindent megtenni, de egy „rég” termék esetleges javítása több időt és ráfordítást igényel, mint egy új termék beszerzése. Ez természetesen az autóiipari beszállítókra is érvényes. Ha csak a Mercedes-t mint márkát vesszük példaként, köztudott, hogy a gyártó egy strapabíró, erős autót akart a piacra vinni, amivel a vásárlók elégedettek. Ez sikerült is, azonban a gyártónak lassan rá kellett jönnie, hogy ez a saját maga számára nem igazán kifizetődő, hiszen az így tervezett és legyártott személygépkocsik akár 10-15 évig is képesek „szolgálni” az üzembentartót. Ez pedig nem feltétlenül éri meg magának a gyártónak, hiszen a vevők 10-12 évig nem fognak új autót vásárolni, mivel a pénz hatalom. Éppen ezért ezt a típust „el kellett rontani”.

Ballou (2006) szerint beszélhetünk beszállító értékelésről, illetve kiválasztásról. Új beszállító esetében, aki még nem nyerte el a beszállítói státuszt, nincsen tapasztalat az adott beszállítóról, úgy beszállítói kiválasztásról beszélünk. Már meglévő beszállítónál viszont már rendelkezésre állnak adatok, amelyek alapján a beszállító partnert értékelni lehet. Ebben az esetben beszállítói értékelésről van szó. Ennek megfelelően „részben” különbséget tettem az értékelés és kiválasztás folyamata között, hiszen a cél mindenekelőtt az optimális beszállítói partner megtalálása.

Kiválasztás folyamat célja, jelentősége

A beszállítói kiválasztás folyamatát a szakirodalom konzisztens módon írja le. Különbségek vannak tekintettel a meghatározott tevékenységek adott fázishoz való hozzárendelését illetően, de a fő tevékenységek mégis azonosíthatók (Koppelman, 2004; Lasch és Janker, 2005). 1989-ben Harting a beszállítói kiválasztást, mint folyamatot, döntési problémaként definiálta, amely a beszerzendő áruigény fedezésekor keletkezik. A cél a legmegfelelőbb partner megtalálása a vállalat külső igényeinek a kielégítésére, továbbá a kockázat csökkentése ezen beszállító partner együttműködésével.

A kiválasztás célja, hogy olyan beszállítót találjanak a vállalatok, akinek megvannak a képességei arra, hogy az adott vevő vállalat követelményeit teljesíteni tudja. Ha az okokat vizsgáljuk, eltéréseket tapasztalhatunk abban, hogy egy vállalat miért választ egy új beszállítót egy már meglévő helyett, illetve másik esetben miért a meglévő beszállító vállalat mellett teszi le a voksát, és inkább azt fejleszti tovább, mint hogy egy újat keressen. Ezen okokat az 1. táblázat tartalmazza.

1. Táblázat Új és meglévő beszállítók kiválasztásának célja

Új beszállító kiválasztásának célja	Már meglévő beszállító kiválasztásának célja
Egy új terméket kell beszerezni a piacon, és a meglévő (felszabadított) beszállítók nem tudják legyártani;	A legmegfelelőbb beszállító kiválasztása;
Egy új beszállító van a piacon;	A beszállítói teljesítőképesség fokozása;
A meglévő beszállítót le kell cserélni nem-megfelelőségek miatt;	Beszállítói kapcsolatok kialakítása, javítása
A vevő telephelye elköltözött;	
A meglévő beszállítót kizárták (a piacról);	
Meglévő terméket új beszállító szállít be	

Forrás: Saját szerkesztés (2014)

Egyre fontosabb, hogy a vállalatok megbízható partnert találjanak egy hosszú távú, stratégiai együttműködéshez. A beszerzés feladata a minőségüggyel karöltve ez esetben a megfelelő beszállítók kiválasztása és teljesítményüknek folyamatos ellenőrzése és javítása. A minőség és a logisztika fókuszában is a vevői elvárásoknak való megfelelés áll (Gyenge-Kozma, 2005), illetve a termékek és szolgáltatások versenyképességét meghatározó tényezők kapcsán egyenrangú tényezőkké léptek elő (ár, mennyiség, szállítási pontosság, választék, a termékhez kapcsolódó kiegészítő szolgáltatások, marketing funkciók, vevői elégedettség). A középpontban célként a minőség javítása, fokozása áll, úgymint a kooperációs hálózaton belül a költségcsökkentés maga a vállalat és beszállítója között. Ahhoz, hogy ezt elérjék, a közöttük lévő folyamatokat kell szinkronizálni és összehangolni. Ezekben az ellátási láncokban működő gazdasági folyamatokban fokozott szerepet kap a fenntarthatóság és innováció kérdése, ennek fontosságára világít rá Pónusz és Kozma (2017), mely szerint az innováció egy része arra irányul, hogy nem csak a termék, hanem maga a termelés is minél inkább innovatív és környezetbarát legyen, hiszen hosszútávú gazdasági terveket csak élhető bolygón lehet tervezni. A zöld beszerzés a zöld ellátási láncokból egy kis szeletet érint, mely mellett még megtalálható zöld ellátási lánc tervezés, megvalósítás és karbon menedzsment. Felfogásukban a beszerzés olyan stratégiai eszköz, mely hozzájárul a vállalaton belüli fenntarthatósági és gazdasági célok eléréséhez. (Kovács et al, 2018).

Iparágtól függetlenül az ügyfél mindig a vállalat legfontosabb partnere, és ez a jövőben is így marad. A hosszú távú üzleti siker csak akkor érhető el, ha az ügyfelek elégedettek, és ez csak akkor lehetséges, ha összehangolt erőfeszítéseket tesznek a jó ügyfélkapcsolatok kialakításának és fenntartásának érdekében. A vevői elégedettség és a vevői kapcsolattartás egyre inkább a vitatott témák közé tartozik (Voeth et al., 2005). A autóiparban jelenleg egy német és egy angol vonalról beszélhetünk. A német vonalon az ISO/TS 16949:2009¹ szabvány követelményei kiegészülnek a VDA kézikönyvek² útmutatásaival, míg az angol vonalon az ISO/TS 16949:2009 szabvány mellett a QS9000³ vonatkozó kötetei a mérvadók, holott maga az előírás már megszűnt (Csöke, 2011). Ezekhez még hozzájönnek a vevők egyedi követelményei.

A vevő vállalatok minden egyes esetben részletes szerződést kötnek a beszállítókkal, melyben rögzítik, illetve szabályozzák a szállítási határidőt és nem utolsó sorban a felek közötti kapcsolatot is. Számos vállalat előírja a beszállítóinak, hogy termékfelelősségi biztosítással kell rendelkeznie (nagyságrendileg 2 millió euro, vagy a feletti biztosítási összeg). Ez a visszahívások alkalmával jelent segítséget a beszállítóknak, amennyiben a hibát maga a beszállító okozta. A versenyképes ár és a 100%-os minőség mellett azt is fontos figyelembe venni és mérlegelni, hogy a beszállító milyen mértékben osztja meg a költségstruktúrát valamint a rugalmassága milyen színvonalú, mennyire rugalmas. A nagyobb (több száz, vagy ezer főt foglalkoztató) vállalkozásokkal szemben a kisebb vállalatok (30-50 főt foglalkoztatók) e tekintetben lényegesen rugalmasabbak, kérésre meg tudják változtatni a paramétereket, illetve a szállított mennyiségeket. A modellváltás felgyorsult az autóiparban. A gyors és rövid határidejű változtatások alaposan igénybe veszik a beszállító vállalatok erőforrásait. Számos

¹ **ISO TS 16949:2009**: A szabvány egy az autóipari beszállítók részére kidolgozott követelményrendszer, amely az ISO 9001 szabványra épül, annak kiegészítése. A szabvány célja a gyártási, illetve támogató folyamatok szabályozása az autóiparban.

² **VDA kézikönyvek – Verband Der Automobilindustrie**: A VDA követelményrendszert Németországban a beszállítók és a rendszereket tanúsító cégek hozták létre, mely autóipari többlet követelményeket tartalmaz.

³ **QS 9000**: Az egyes autógyárak egyedi követelményrendszerrel rendelkeznek (*FORD Q-101 Quality System Standard, a Chrysler Supplier Quality Assurance Manual, GM NAO Targets for Excellence*), azonban ez azoknak a beszállító vállalatoknak okozott gondot, amelyek több vevővel, több autógyárral is kapcsolatban álltak. Ezért a három amerikai autógyár megalkotott egy egységes követelményrendszert, a QS 9000-t.

alkalommal csupán 1-2 hét áll rendelkezésre, hogy a felmerülő problémákat, javításokat, módosításokat kiküszöböljék, helyre hozzák a tesztek során, amelyre viszonylag gyorsan kell reagálni. Ezt sajnos a nagyobb vállalatok nem mindig képesek gyorsan és zökkenőmentesen kivitelezni. A vevők eleinte a teljes gyártandó mennyiség csak egy részét adják ki az új beszállítónak, később a többségét, végül a megállapodás szerinti teljes mennyiséget. Ez a hosszú távú kapcsolat évekre szóló munkával való ellátottságot, némi biztonságot nyújt a beszállító és alkalmazottai számára. A nagyvállalatok írásba foglalják a beszállítókra vonatkozó, mérhető és számon kérhető követelményeiket. Vannak azonban nem számszerűsíthető elvárások is, például a vállalati kultúra, a beszállító-aspiráns cég vezetőségének megbízhatósága, idegen nyelv tudása. A potenciális beszállítót elsősorban olyan szempontok alapján vizsgálják, hogy milyen árat ajánl, milyen minőséget képes folyamatosan biztosítani, és milyen szállítási ütemezésre vállalkozik.

A hazai vállalatok számára a beszállítói szerep elnyerése számos előnnyel jár: nagy volumenben rendelő, korrekten fizető, adott esetben műszaki segítségre is kész megrendelőkre tesznek szert. A beszállítói szerep megszerzése ugyanakkor nem könnyű: a minőség nem alku tárgya, a termelés/beszállítás ütemezésében és a rugalmasságban a késztermékgyártó rendkívüli követelményeket támaszt, a beszállítónak már a rendelés elnyerése előtt bizonyítani, tanúsítani kell a feladatra való alkalmasságát, minőségbiztosítási rendszerét. A tartós siker nem alapozható a beszállító olcsóságára, a pusztán alkatrész-szintű beszállítók bármikor lecserélhetők. Az eddigi tapasztalatokból az is kitűnik, hogy a stabil beszállítói kapcsolat kiépülése időigényes: az autóiipari beruházások esetében iparági vélemények szerint legalább 1-2 jól sikerült évnek el kell telnie az új magyarországi autógyárak (összeszerelő üzemek) termelésbe lépése után, hogy tényleg aktuálissá váljék a hazai beszállítások kérdése – ezt az időtávot ma kevés hazai vállalkozás képes kihúzni – főleg, ha termékkínálata és partneri köre nem elég diverzifikált. Több nemzetközi gépjárműgyártó cég új telephelyének kialakításakor saját beszállítói park létrehozását tervezi, ahol partnereik felépíthetnék üzemegységüket, ez azonban még nem általános a beszállító-partnereket kereső nemzetközi cégek között. Így tehát a partnerkeresők döntő része saját erőforrásaira kénytelen hagyatkozni. A nemzetközi és a hazai tapasztalatok szerint elsősorban azoknak a vállalatoknak van esélyük komoly beszállítói pozíciókra, amelyek legalább 50 főt alkalmaznak, és árbevételük eléri az 500 millió forintot. Ebből azonban Magyarországon 2008-ban, a válság előtti utolsó évben, mindössze 773 volt, s közülük is mindösszesen 607 a pozitív üzemi eredménnyel bíró céget találtak a kutatók – s ebből is 199 kizárólag külföldi tulajdonú (Kozma et al., 2011)⁴.

Nem titkolt tény, hogy egy-egy autótípust akár évekig is gyártanak, ezért az autóiiparban bevált gyakorlat, hogy azok a vállalatok, amelyek a projekt indulásakor sikeresen be tudtak kapcsolódni az adott termék gyártásába, akár évekig biztos megrendelésekre számíthatnak. Természetesen amennyiben a vevő továbbra is meg van elégedve az adott beszállító vállalattal. Éppen ezért egy új beszállítónak nehezebb a már gyártásban résztvevő beszállító helyét átvenni, mint egy új projektbe bekapcsolódni. Ezt a folyamatot említhetjük a Suzuki Zrt.-nél is, amely az új modellek indítása előtt már két évvel hívja a beszállítókat (Kálmán, 2007). A 90-es évek elején a Suzuki még saját maga kereste fel a beszállítókat, azonban mára ez már megfordult, és a potenciális beszállítók jelentkeznek a Suzukinál, amelyhez az autóiipari referencia elengedhetetlen szempont (Mészáros, 2009). A beszállítók száma ugrásszerűen megemelkedett az elmúlt 15 évben. Míg a 90-es évek végén még csak 38 beszállítóval rendelkezett a Suzuki, addigra ez a szám 2010-re már 73 beszállítót jelentett. Ez a beszállítói kör mintegy 20%-át tette

⁴Kopint Konjunktúra Kutatási Alapítvány és a Commerzbank, valamint a Noerr és Társai Iroda együttműködésében készült a felmérés, amely a Német Magyar Ipari és Kereskedelmi Kamara (DUIHK) és tagvállalatai szakmai támogatásával jött létre.

ki (Kemenczei, 2010). Megfigyelhető, hogy a vállalatok beszállítóikkal hosszú távú stratégiai kapcsolat létrehozására törekszenek, így az optimális beszállító kiválasztása komoly felelősséget és ennek megfelelően komoly döntést igényel, hiszen akár egy kisebb hiba is negatív irányba sodorhatja a szervezetet magát. A megfelelő beszállító kiválasztása, mint folyamat kvalitatív és kvantitatív kérdéseket is boncolgat. A mai világban már számos beszállítóval találkozhatunk, akik több ezer terméket állítanak elő vevőiknek, azonban vannak olyanok is, amelyek nem képesek teljesíteni a vevők feljuk támasztott elvárásait. Ezek fényében, egy vevő több beszállítóval fedezheti szükségleteit.

Kiválasztás folyamatának szemléletei

A megfelelő beszállítók kiválasztása a vevő vállalatok számára stratégiai fontosságú kérdés. Az esetek nagy többségében lehetőség van a szállítók versenyeztetésére, általában több vállalat is képes a szükséges termék vagy szolgáltatás előállítására. A tudat, hogy minden beszállító vállalat pótolható, arra kényszeríti a beszállítókat, hogy olyan terméket állítson elő, amely a vevő vállalat igényeit teljes mértékben kielégíti. A vevő szempontjából ez a versenyhelyzet a beszerzési árak csökkenését is eredményezheti (Bedzsula et al., 2013).

Annak a veszélye, hogy egy vállalat egy rossz beszállítót választott ki, megmutatkozhat a rosszabb minőségű alapanyagok használata, illetve a szállítási idő be nem tartása során is (Wagner, 2003). A beszállítói kiválasztás, mint folyamat az elmúlt években változáson ment keresztül. Az okokat ez esetben a globálisan működő vállalatok fennálló követelményeiben kell keresni (Weber et al., 1991). Ugyanakkor számos vállalat az utóbbi években nagy erőfeszítéseket tett annak érdekében, hogy a megnövekedett beszállítói bázist csökkentse, hogy a megmaradó beszállítókkal intenzívebben tudjanak együtt dolgozni és a teljesítményt hatékonyabban tudják a főkompetenciákra átirányítani (Kannan és Tan, 2002). Ahhoz, hogy ezt elérjék, hosszú távú partneri kapcsolatot kell kialakítani a beszállítókkal (Choi és Hartley, 1996). Ezen kívül számos vállalat megpróbálja elkerülni, hogy raktárkészlete halmozódjon fel, vagy nagymértékben a beszállítóknál vagy logisztikai cégeknél raktároznak. Azonban ez csak a Just In Time⁵ rendszerrel összhangban lehetséges. Ez a szállítási forma az utóbbi években kezdett elterjedni (Weber et al., 1991). A globálisan beszerzett anyagok részaránya folyamatosan növekszik. A fejlesztések következtében napjainkban a beszállítók kiválasztása során alkalmazott követelmények, kritériumok és eljárások sokat változtak az elmúlt 40 évhez képest.

A szakirodalomban számos publikációt olvashatunk a beszállítói kiválasztás folyamatának leírásáról. Webster és Wind (1972) a beszállítói kiválasztás folyamatát öt fázisra osztja fel: igények felmérése, célok és specifikációk meghatározása, vásárlási alternatívák azonosítása, alternatívák értékelése és kiválasztása. Monczka és társai (2005) és meghatározták a szerint optimális kiválasztási folyamatot, azonban ezúttal ők részletesebben határozták meg az egyes folyamatlépéseket. Ennek megfelelően kutatásuk alapján 7 fázisról beszélhetünk.

Első lépésként ők is az igények felmérését adták meg, mint kiinduló állapot, majd ezt követte a beszerzési követelmények meghatározása, illetve a stratégia megállapítása. Negyedik lépésként a potenciális beszerzési források azonosítását adták meg. A beszállítók behatárolása a folyamat közepén tűnik fel, mielőtt meghatároznák a beszállító kiválasztás módszereit. Monczka és társai (2005) folyamatleírásának értelmében a kiválasztás folyamatát egy tölcserként

⁵ **JIT – rendszer** (*Just In Time*): Egy szervezetrányítási filozófia, mely megfelelő mennyiségű, adott időben rendelkezésre álló terméket, árut biztosít, továbbá a beszállítás nem engedi meg sem a korábbi, sem a későbbi szállítási határidőt, még ha az csak 1 óra is. Nincs raktár, minden külső nyersanyagnak pont a feldolgozás megkezdésének az idejére kell a feldolgozás helyére érkeznie (Horváth, 2012).

értelmezhetjük (1. ábra). Glantschnig (1994) szerint az alábbi lépések képezik a beszállítói management döntéskeretét. A Tölcsér-modell első lépéseként a potenciális beszállítók azonosítása történik, melynek során csekély számú beszállító partnert határoznak meg. A beszállítók számának csökkenésével növekszik az információ mennyiség (Schneider és Müller, 1989). A tájékozódási pont ez esetben lehet termék, branch vagy speciális eljárási képességek. Ennél a pontnál a következő kérdés tehetjük fel. Milyen beszállítók vannak a piacon? Mely beszállítók közül választhatunk?



1. ábra Tölcsér – modell

Forrás: Koppelman (2004) alapján saját fordítás (2017)

A 2. folyamatlépés során (*Beszállító behatárolása*) történik a kapcsolatfelvétel a beszállítóval, melynek keretében a beszállítónak információt kell adnia saját magáról, mint vállalatról, illetve a termékeiről, szolgáltatásairól (Monczka et al, 2005). A potenciális beszállító vállalatok közül azokat választják ki, amelyek az ár- és teljesítmény-követelményeknek megfelelnek. Mivel nem lehetséges minden potenciális jelentkezőt beszerzési szempontból értékelni, éppen ezért néhányat körbe kell határolni. Ezen feladat végrehajtásához az információt a piackutatásból szerzik. Fontos a kiválasztás során megadni, hogy mely kritériumok kerüljenek a kiválasztási faktorok közé, illetve melyeket lehet megadni K.O.-kritériumként, mint alapkövetelmények, hiszen ezen információk alapján kell eldönteni, hogy a potenciális beszállító vállalat rendelkezik e az alapfeltételekkel vagy sem. Döntő kritérium lehet például a termék minősége, igény a környezetbarát termékekre, szállítási idő, flexibilitás, ár, illetve a földrajzi elhelyezkedés is (Rainer, 2006).

Az elő-kiválasztást követően szűkítik a beszállítók körét, így a folyamat további részében csak ezekkel a vállalatokkal kell foglalkozni. A beszállítói értékelés célja, hogy a vállalatok megtalálják a legmegfelelőbb beszállító partnert. Ehhez össze kell gyűjteni és rendszerezni kell a kiválasztás eredményeit. Ezen folyamatlépésnél megállapítható, hogy az elő-kiválasztás során meghatározott beszállítók valóban alkalmasak e üzleti kapcsolatra. Amennyiben egy potenciális partner nem képes teljesíteni a követelményeket, nem feltétlen jelent kizárást. Ezen beszállítókat a beszállítói fejlesztések keretében fejleszteni, képezni lehet. A folyamatot végezetül a szerződéskötés zárja. Ez a Tölcsér-modell sokak által ismert, a szakirodalomban tárgyalt folyamatleírás, azonban léteznek más kutatók által is megformált folyamatlépések.

Monczka és társai (2011) szerint ez egy egyszerű folyamat, amely a beszállítói kiválasztás minden egyes követelményét figyelembe veszi, illetve összefogja a beszállítói értékelési és kiválasztási lépések összes szükséges elemét. Javaslatuk alapján az értékelést megelőzően meg

kell bizonyosodni arról, hogy a potenciális beszállítók az előkövetelményeknek megfelelnek, úgy mint pénzügyi stabilitás, megfelelő üzleti stratégia, erős támogató menedzsment, gyártási és tervezési képesség. Monczka (2011) az alábbi 7 lépésben határozta meg a beszállítói kiválasztás folyamatát:

1. A beszállítói kiválasztás szükségletének meghatározása
2. Kulcs kritériumok, követelmények meghatározása
3. Beszerzési stratégia meghatározása
4. Potenciális ellátási források azonosítása
5. Beszállítói behatárolás
6. Értékelési és kiválasztási módszer meghatározása
7. Beszállító kiválasztása és döntéshozatal

Weele (2010) hat lépésben határozta meg a kiválasztás folyamatát: specifikáció meghatározása, beszállító kiválasztása, szerződéses megállapodás, megrendelés, felfutás és értékelés. Meglátása szerint inkább operatív beszerzésről van szó, mint stratégiáiról.

Choy és Lee (2003) szerint az előzetes értékelés lényegei pontjai azok a területek, amelyek érintik a beszállítói minőséget, azaz annak műszaki Know-how-ját és organizációját. A vállalatok először egy rövidtávú és nem kooperatív beszállítói kapcsolat kialakítására törekednek, mert a beszerzési termékek alapján a beszállítót nem lehet könnyen helyettesíteni (Arnold, 2007; Walter-Busch, 1996). Azonban itt nem áll meg a folyamat, mert folyamatosan értékelni kell a beszállítók teljesítményét. Ha a beszállító vállalat itt is megfelelt, akkor hosszú távú szerződést köt(het)nek a vevő vállalattal. Amennyiben csak részben felel meg az adott pályázó, a vevő vállalat segítő jobbot nyújt a beszállító vállalatnak, hiszen mindkét fél érdeke, hogy hosszú távú partneri kapcsolat alakuljon ki. Abban az esetben, ha a beszállító vállalat nem minősül megfelelőnek, akkor ismételten tovább kell keresni a potenciális partnert. Falzmann (2007) hat nagyobb lépcsőfokra osztotta fel a potenciális beszállító kiválasztásának folyamatát, mely az alábbi lépéseket tartalmazza:

1. Szükségletek meghatározása: Mit kell beszerezni?
2. Sikertényezők megállapítása: Melyek a kiválasztás során fontos kritériumok?
3. Jelöltek azonosítása: Ki lehet lehetséges beszállító?
4. Beszállítók értékelése: Ki teljesíti legjobban a kritériumokat?
5. Beszállítók kiválasztása: Mely szerződési feltételek és szabályozások a relevánsak?
6. Együttműködés kialakítása: Ez hogy működik, és hogy lehet javítani?

Azzal, hogy a vevő vállalat „megtalálta” a számára alkalmas beszállító vállalatot, aki a jövőben remélhetőleg továbbra is teljesíteni tudja majd a feléje támasztott igényeket, követelményeket, azzal a folyamat nem zárult le, hiszen ezek után kezdődnek meg a beszállítói fejlesztések.

Kiválasztás során felmerülő nehézségek

A beszállítói kiválasztást, mint folyamatot számos nehézség kíséri nyomon, úgy mint 1) potenciális beszállítók számának növekedése, 2) tulajdonságok számának növekedése, 3) helyzeti körülmények számának növekedése, amelyek hatással vannak a speciális beszállítói tulajdonságok megfelelőségére (Altinoz et al., 2010). Degraeve és társai (2000) szerint szükség van arra, hogy a materiális és immateriális faktorokat egyaránt alkalmazzák a döntéshozatalban. Ugyanakkor mindig nehézkes volt az adatok kikeresése, elemzése. Számos kutató éppen ezért a beszerzés jelentőségét hangsúlyozza és annak befolyását a vállalati sikerre (Park és Krishnan, 2001). A beszállító létszámának nagysága gondot okozhat, hiszen nagyobb a valószínűsége annak, hogy nem a legjobb beszállítót választják ki a vállalatok. Amennyiben a kiválasztáshoz szükséges kritériumokat vesszük szemügyre, megállapítható, hogy számos faktornak a

figyelembevételével a beszerzés az értékelés legegyszerűbb módját választja azáltal, hogy néhány fontos kritériumot kiemel, míg a „maradékot” figyelmen kívül hagyja. A folyamat során az üzleti szabályok számának növekedésével a döntés egyre bonyolultabbá válik és előfordul, hogy különböző beszállítókat választanak ki annak ellenére, hogy a jellemzőket, beszállítói rangsort nem változtatták. Ez történik például a jelenlegi marketing politikában, a vállalati stratégiai célok és termelési korlátozások során, amelyek figyelmen kívül hagyják a jelenlegi beszállító megtartásának lehetőségét. Bonyolult szituáció akkor lép fel, amikor bizonyos kritériumok számszerűsítéséről van szó, mint például rugalmasság, érzékenység és hozzáállás. Ez ellentétes az árképzéssel, illetve az adott beszállító szállítói teljesítményével. A folyamat során további nehezítő tényező lehet, hogy sokszor a beszerzőket sürgetik, hogy döntést hozzon és előfordul, hogy olykor hiányos adatokra kell támaszkodniuk. Eldöntendő kérdés az is továbbá, hogy hány beszállítót lehet egy termékre alkalmazni (Wisner et al., 2005). Azonban a beszerzésnek csak egyetlen döntést kell meghoznia, és mégpedig, hogy melyik a legjobb beszállító az adott vállalatoknak.

Összességében a következő pontokat sorolhatjuk fel, mint a beszállítók kihívásai, melyekkel szembesülniük kell a folyamat során, ha a beszállítói bázis részeseivé szeretnének válni:

- minőségbiztosítási rendszernek való megfelelés;
- folyamatos árnyomás;
- folyamatos innováció (KVP);
- tőke megléte;
- megfelelő kommunikációs képesség és kommunikációs rendszer megléte;
- magasan képzett szakemberek

Kerepeszki (2002) meglátása szerint azonban a kiválasztásnak alapvetően csak két problémája, vagy nehézsége van (2. ábra). Egyrésztől problémát jelent, ha a vevő vállalat beszállítók felé előírt követelményeit (minőség, mennyiség, szállítás, határidő, stb.) valamennyi beszállító képes teljesíteni, illetve kielégíteni, hiszen a vevőnek csak egyetlen egy feladata van, hogy meghozza azt a döntését, hogy a potenciális beszállítók közül melyik a legjobb. Azaz amennyiben nincs korlátozás, úgy számolni kell azzal a ténnyel, hogy nagyon sok „jelentkező” közül kell kiválasztani azt az egyet, amellyel hosszú távú üzleti siker érhető el.



2. Ábra A kiválasztás folyamatának nehézségei

Forrás: Saját szerkesztés (2017)

Másrésztől az is problémát jelenthet, ha a beszállítói oldalon valamilyen korlátozások vannak. Ebben az esetben előfordulhat, hogy egyetlen beszállító sem tudja kifogástalanul teljesíteni a feléje támasztott követelményeket, így a szükségletek fedezésére a vevő kénytelen más beszállítót találni, és vele szerződést kötni. A kutatók e nehézség leküzdésére felvetették az összefogás lehetőségét, azaz véleményük szerint célszerű a beszállítói státuszra pályázó vállalatok összefogása, esetleges összeolvadása. Napjainkra az elvárások keményedtek, szigorodtak, és mindezek mellett a multinacionális vállalatok által nyújtotta támogatás csekélyebb mértékűvé vált. Évtizedekkel ezelőtt könnyebb volt egy beszállítói státuszt elnyerni, mint manapság (Morauzski és Lajos, 2014). A beszállítói terveket szövögető vállalatokat most

már alaposan értékelik, vizsgálják, és csak akkor válhatnak partnerré, ha minden követelménynek teljes mértékben eleget tudnak tenni. A német precizitással, japán minőséggel és kínai árakkal jellemezhető követelményszintnek nehéz megfelelni, azonban számos kis- és középvállalkozás csak ezt az utat tudja elképzelni magának, hogy életben maradjon (Kálmán, 2007). Nagyobb az esélye a piacon azoknak a vállalatoknak, amelyek szakmai rátermettségüket már bizonyították.

Anyag és módszer

A kiválasztás során felmerülő problémák témakörét jelen tanulmány csak a hazai autóipari nagyvállalatok esetében vizsgálta, ahol a rendelkezésre álló mintában 149 vállalat vett részt (N=149). Mivel terjedelmi korlátok miatt nem volt lehetőség a közép és kisvállalatok ezen irányú feltérképezésére, ezért ezen kutatási témakört nem tekintem lezártnak. A vizsgálat során célom az volt, hogy összefoglaljam azokat a tényezőket, faktorokat, melyekkel a hazai autóipari nagyvállalatok nap mint nap szembe kerülnek. Melyek azok a tényezők, amelyek ezen vállalatok beszállító partnereinél felmerülnek és javításra szorulnak. A tanulmány egy egyfajta összegzést ad és nem tér ki a problémák lehetséges megoldásaira.

A vizsgálatot vállalati méreten belül is két részre osztottuk, hogy különbséget tudjunk tenni a már meglévő és az új beszállítók között. A két beszállítói csoportot illetően szándékosan nem ugyanazokat a pontokat, potenciálokat vizsgáltam, ahogy látni fogjuk, hiszen más problémák lépnek fel a két beszállítói csoportban. Ezeket a tényezőket a mélyinterjúk eredményei alapján állítottam össze. A kutatás megkezdése előtt 5 véletlenszerűen kiválasztott vállalattal folytatottam mélyinterjút. Babbie (2003) javaslata alapján célszerű kvalitatív mélyinterjú kutatás végezni, melynek, mint feltáró kutatásnak az a legfőbb célja, hogy a nehézségeket, problémákat könnyen lehessen azonosítani, illetve lehetőség nyílik az esetlegesen nehezen érthető kérdések és válaszok magyarázatára. Éppen ezért én is mély interjúkkal igyekeztem feltérképezni a vizsgálandó témaköröm sarokpontjait, azaz feltáró jelleggel vizsgálni a kiválasztás és értékelés kritériumait, módszereit, a kiválasztás és értékelés folyamatán keresztül. A mélyinterjúk előnye, hogy egy kötetlen beszélgetés keretein belül az interjúalanyok megnyílnak, és számos példát sorakoztatnak fel egy-egy kérdésre, továbbá lehetőséget biztosít, hogy megismerhessük a másik fél gondolkodásmódját, céljait.

A mélyinterjúk eredményeiből kiindulva állítottam össze a kérdőíves lekérdezés anyagát, mely kvantitatív adatgyűjtésen alapul. Az általam szerkesztett kérdőív közzététele internetes felületen történt, melyre egy portált hívtam segítségül. Ezen portál linkjét egy kísérőlevéllel együtt küldtem el az adott vállalat E-mail címére. A portál lehetőséget biztosít arra, hogy a kérdőív kitöltését követően a válaszok automatikusan egy Excel táblázatban rendeződjenek össze. Mivel saját honlapon keresztül bonyolítottam le a lekérdezést, ezért az adatokhoz egyedüli, kizárólagos hozzáférésem van, így garantálva a kért anonimitást a válaszadóktól. A kérdőíves lekérdezés során egy 6-fokú Likert skálát alkalmaztam (1 – nem jellemző; 6 – mindig előfordul), amelyen keresztül a vállalatok értékelni tudták, hogy melyek azok a problémák, javításra szoruló potenciálok, amelyek az adott beszállító csoportoknál fellépnek és javításra szorulnak.

Eredmények

Meglévő beszállítók javításra szoruló potenciáljai

A vizsgált vállalati mintában a minőségi problémákat a nagyvállalatok 33,6%-a értékelte a legkritikusabbnak (3. táblázat), ami azt jelenti, hogy a nagyvállalatok beszállítóinál gyakran

vagy mindig előforduló probléma a termék minősége (Likert-skála szerinti érték 3,9). A minőségi követelményeknek való nem megfelelés is ezzel együtt a válaszadók 38,3%-a tartotta gyakori problémának (Likert-skála szerinti érték 3,75). Nagy valószínűséggel állíthatjuk, hogy számos nagyvállalatnál előfordul logisztikai probléma is, hiszen ez a tényező is igen magas értéket kapott (Likert skála 3,52). A vállalatok mintegy 14,8%-a jelezte, hogy gyakran előforduló probléma. Ezeket a tényezőket átlagosra értékelték a Likert skálan, azonban ez még nem azt jelenti, hogy nem kell ezekkel a problémákkal foglalkozni.

3. Táblázat: Nagyvállalatok összesített értékei meglévő beszállítók esetén⁶

<i>TÉNYEZŐ</i>	<i>ÁTLAGOS ÉRTÉKELÉS</i>	<i>MINDIG ELŐFORDUL (5-6) %</i>	<i>NEM JELLEMZŐ (%)</i>
Minőség	3,9	33,6	0
Know-how hiánya	2,75	18,8	19,5
Kapacitás	3,19	18,8	18,8
Pénzügyi nehézségek	2,04	0	43
Menedzsment problémák	2,28	9,4	43
Minőségi követelményeknek nem felelnek meg	3,75	38,3	5,4
Műszaki és technológiai hiányosságok	3,23	19,5	19,5
Logisztikai problémák	3,52	14,8	0
Szakmai hozzáértés	2,51	0	10
Egyéb: Folyamatbiztonság ⁷	3	78,3	0

Forrás: Saját szerkesztés (2016), N=149

A szakértelmet a már meglévő beszállító vállalatoknál jobban „tolerálják“, hiszen ők már bizonyítottak. Vevői oldalról a beszállítói fejlesztés erre utal. A vevő célja, érdeke is, hogy beszállítói jobbak és jobbak legyenek, jobban teljesítsenek.

Ugyanebbe a kategóriába sorolhatjuk a műszaki és technológiai hiányosságokat is. Vannak olyan vevő vállalatok, akik támogatják, segítik beszállítóikat, ha esetlegesen valamilyen műszaki vagy technológiai hiányosságról van szó, ami egyértelműen a megrendelt termék(ek) minőségét veszélyeztetheti. Ez a támogatás nem feltétlenül anyagi hozzájárulást jelent, hanem főleg szakmai hozzáértést, javaslatételt, stb. Ez az igazi csapatmunka a két fél között, amely sajnos nem minden vállalat részéről mondható el. A megkérdezett nagyvállalatok 18,8-19,5%-a szerint mindig előfordul probléma az alábbi tényezőkkel, faktorokkal, mint a Know-How, és a kapacitás kérdésköre. A sorban a legutolsó helyen a pénzügyi helyzet áll (Likert-skála szerinti érték 2,04), amelyet egyik vállalat sem értékelt gyakran előforduló problémának, ami azt is bizonyítja, hogy a válaszadók mintegy 43%-a tartta nem jellemző faktornak. A témakör vizsgálata során lehetőség volt más, nem említett problémák, tényezők értékelésére, felvételére is. Így ennek eredményeként 6 vállalat tartotta fontosnak megemlíteni, hogy a beszállítóik körében a folyamatbiztonság is javításra szoruló potenciál. Lehet, hogy ez a tényező közepes

⁶ Kérem, értékelje a szempontokat egy 1-től (nem jellemző) 6-ig (mindig előfordul) terjedő skálán, hogy milyen problémák lépnek fel a már meglévő beszállítókkal kapcsolatban a vállalatnál?

⁷ 6 vállalat jelezte, hogy problémát lát a beszállítók folyamatbiztonságát illetően, és ezt a tényezőt egyöntetűen közepesre értékelték.

értékelést kapott (Likert-skála szerinti érték 3), azonban nem szabad elfelejteni, hogy ha az adott folyamat nem biztos, nem stabil, az más problémákat is generál automatikusan.

Új beszállítók javításra szoruló potenciáljai

Ezen beszállító típusnál is hasonló problémák kerültek górcső alá. A vizsgálatba bevont vállalatok mintegy 55,7%-a szerint a megrendelt, beszállított termékek minősége mindig kifogásolható tényező, ami a Likert skálán viszonylag magas értéket kapott (Likert-skála szerinti érték 4,34). A meglévő beszállítók esetében ez az érték 3,9 volt a Likert skálán. Ezen beszállító vállalatok “még nem teljesítettek”, 100%-an még nem a vevői követelmények szerint “élik az életüket”. A második helyen a nem megfelelő kommunikációs eszközök állnak (Likert-skála szerinti érték 3,99), amely pedig igen fontos a mai világban (4. táblázat).

4. Táblázat: Nagyvállalatok összesített értékei új beszállítók esetén⁸

TÈNYEZŐ	ÁTLAGOS ÉRTÉKELÉS	MINDIG ELŐFORDUL (5-6) %	NEM JELLEMZŐ (%)
Minőség	4,34	55,7	1,3
Kapacitás	2,91	10	52,3
Pénzügyi nehézségek	2,02	0	48,6
Menedzsment problémák	2,22	0	35,3
Műszaki és technológiai hiányosságok	3,42	24,2	10,1
Logisztikai problémák	3,64	33,6	4,7
Nem megfelelő kommunikációs eszközök	3,99	38,3	5,4

Forrás: Saját szerkesztés (2016), N=149

Néhány évtizeddel ezelőtt a vállalatok még postai úton vagy faxon keresztül kommunikáltak egymással, ami nem jelentett gyors ügyintézés. Azonban ahogy fejlődik az autóipar, más iparágak is fejlődnek vele együtt, így manapság a beszállító vállalatok percek alatt informálva vannak, ha valamilyen probléma lépett fel az adott vevő vállalatnál (E-Mailen keresztül), vagy esetlegesen valamilyen új fejlesztésről van szó. A technika fejlődésével ellentétben még mindig vannak olyan vállalatok, amelyek nem rendelkeznek megfelelő, a vevő vállalat kommunikációs rendszerével kompatibilis eszközzel vagy eszközökkel. Így érthető ez a magas érték. Az információ pénzbe kerül. Ha a beszállítói oldalon a reagálási idő túl hosszú, a vevő vállalatnál ez akár sorleállást is okozhat. Ilyen esetekben percek alatt akár több millió forintos számlát is kézbe kaphat a beszállító. A vállalatok 38,3%-a jelezte, hogy ez mindig fennálló probléma (nem megfelelő kommunikációs eszközök használata). Az információ hatalom.

A fenti táblázat alapján a logisztikával is sok probléma van. A válaszadó vállalatok mintegy egyharmada (33,6%) értékelte kritikusnak, azaz mindig előforduló probléma a logisztika kérdésköre. A menedzsmenttel kapcsolatos problémákat 16 vállalat nem tudta értékelni (N=133). Új beszállítók körében ez érthető, hiszen még nincsen annyi információjuk a beszállító vállalatokról. Ezen problémakör csak hosszú távú együttműködés során kerülhet

⁸ Kérem, értékelje a szempontokat egy 1-től (nem jellemző) 6-ig (mindig előfordul) terjedő skálán, hogy milyen problémák lépnek fel az új beszállítókkal kapcsolatban a vállalatnál.

felszínre. Az új beszállítók a folyamat elején megpróbálják a “legjobb oldalukat” mutatni. A kapacitás témakörét illetően ugyanarra a következtetésre juthatunk, hiszen a felfutási fázisban derül ki, hogy a beszállítók mennyire képesek a vevői elvárásoknak eleget tenni, a megrendeléseket időben teljesíteni, esetenként növelni a kapacitást.

Következtetések

Probléma minden vállalatnál előfordul, azonban fontos, hogy ezen problémákra miként találnak megoldást, hogyan kezelik azokat megfelelően. A nagyvállalatok beszállítói a kutatási eredmények alapján főleg minőség, logisztikai és kommunikációs problémákkal küzdenek. A beszállítói kapcsolat akkor igazán értékes, ha túl nő az egyszerű termékszállításon, és mindkét fél számára meghatározó partnerséggé fejlődik. Éppen ezért a vevő vállalatnak is célja, hogy beszállítóiknál minél kevesebb hiba vagy probléma lépjen fel, azonban nincs olyan vállalat, amely „makulátlan” lenne. A cél az együttműködés és a csapatmunka, a beszállító és vevő vállalatok között.

Irodalomjegyzék

1. Altinoz C. – Kilduff P. – Winchester Jr. S. C. (2010): Current issues and methods in supplier selection, *Journal of the Textile Institute*, 92(2): pp. 128-141.
2. Arnold, U (2007): Beendigung von Lieferantenbeziehungen in Unternehmensnetzwerken, Berlin, p. 40.
3. Babbie, E. (2003): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata, Balassi Kiadó, Budapest, p. 704.
4. Balázs, I. (2014): Ellátási lánc menedzsment, Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, On-line: https://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/2011-0003_14_ellatasi_lanc_menedzsment/2_1_az_ellatasi_lanc_reszteruletei_wN3yWeE1v92skUSd.html Letöltés: 2017.04.14
5. Ballou, R.H. (2006): Revenue Estimation for Logistics Customer Service Offerings, *The International Journal of Logistics Management*, pp. 21-37.
6. Bedzsula, B. – Erdei, J. – Topár, J. – Tóth, Zs. (2013): Minőségmenedzsment, Oktatási segédanyag, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Budapest, pp. 63-70.
7. Choi T.Y., Hartley J.L., An exploration of supplier selection practices across the supply chain, *Journal of Operations Management*, Volume 14, Number 4, pp. 333-343(11)
8. Choy, K.L. – Lee, W.B. (2003): Design of a Case Based Intelligent Supplier Relationship Management System – the Integration of Supplier Rating System and Product Coding System, *Journal of Expert Systems with Applications*, Vol.25, pp. 80-100.
9. Csőke Z. (2011): Potenciális új beszállítók kiválasztása vevői szemmel, Letöltés: 2013.10.12. On-line: <http://nohac.hu/index.php/hu/hirek/9-vegyes/734-autoipari-beszallitok-kivalasztasa>
10. Degraeve, Z. – E. Labro – F. Roodhofs, (2000): An Evaluation of Vendor Selection Models from a Total Cost of Ownership Perspective. *European Journal of Operational Research*, Vol. 125 (1), pp. 34-58
11. Falzmann, J. (2007): Mehrdimensionale Lieferantenbewertung, Justus-Liebig Universität, Gießen, pp. 84-89.
12. Glantschnig, E.(1994): Merkmalsgestützte Lieferantenbewertung. Köln: Fördergesellschaft Produkt-Marketing, p. 23.

13. Gyenge, B. – Kozma, T. (2005): A logisztika és a minőség kapcsolata. In: Szücsné Szaniszló Zs (szerk.) Nyertesek és vesztesek – az EU-csatlakozás 1,5 éves tapasztalatai: V. Regionális Tanácsadási Konferencia. Miskolc, p. 6.
14. Harting, D. (1989): Lieferanten-Wertanalyse, Schäffer, Stuttgart
15. Horváth Zs. (2012): "JIT" - mi tette naggyá a japán autógyártókat? Kritikus beszállítási követelmények a "just in time" féle termelés esetén, In: Egyszerű, érthető, a gyakorlatban is működő minőségbiztosítás kis és középvállalatoknak! On-line: <http://www.eoq.hu/akt16/minosegdr.pdf> Letöltés: 2018.12.10. pp. 118-119.
16. https://mfor.hu/cikkek/vallalatok/Magneskent_vonzhatnak_az_autogyarak_a_magyar_beszallitokat.html
17. Janker, G. Ch. (2004): Multivariate Lieferantenbewertung - Empirisch gestützte Konzeption eines anforderungsgerechten Bewertungssystems. Wiesbaden: Deutsche Universitäts-Verlag, pp. 86-96.
18. Kálmán J. (2007): Beszállítói útmutató, Kézikönyv kis- és közepes vállalkozások számára, ITDH Magyar Befektetési és Kereskedelemfejlesztési Kht., Budapest, p. 8.
19. Kannan, V.R., and Tan, K.C. (2003): Attitudes of U.S. and European Buyers to Supplier Selection and Assessment and Implications For Business Performance, Benchmarking: An International Journal, 10(5), pp. 472-489.
20. Kemenczei N. (2010): Állami támogatások szerepe a magyar autóiparban, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Budapest, pp. 73-80.
21. Kerepeszki I. (2002): Módszer a beszállítók kiválasztásához, Logisztikai Évkönyv, Magyar Logisztikai Beszerzési és Készletezési Társaság, Budapest, pp. 83-87.
22. Koppelman, U.(2004): Beschaffungsmarketing. 4. Auflage. Berlin, Springer Verlag, pp. 24-55.
23. Kovács, L.- Pónusz, M.- Kozma, T. (2018): A zöld beszerzés stratégiai jelentősége, Logisztikai trendek és legjobb gyakorlatok IV.évfolyam 1.szám, p. 29, pp.28-32.
24. Kozma A. – Palócz É. – Vahl T. (2011): Mágnesként vonzhatnák az autógyárak a magyar beszállítókat, Letöltés: 2011.08.15. On-line:
25. Lasch, R. – Janker, G. Ch. (2005): Logistik Management, Innovative Logistikkonzepte, Wiesbaden, pp. 281-293.
26. Majoros P. (1999): Iparvállalatok beszerzésgazdaságtana, Műszaki Könyvkiadó, Budapest, pp. 32-53.
27. Majoros P. (1999b): Iparvállalatok beszerzésgazdaságtana, Műszaki Könyvkiadó, Budapest, p. 186.
28. Mészáros Á. (2009): A fordizmus és toyotizmus a magyar Suzuki beszállítói rendszerében, Köz-Gazdaság, Tudományos füzetek, 2009/1 pp. 123-144.
29. Monczka, R. M. – Trent, R. j. – Callahan, T. J. (1993): Supply base strategies to maximize supplier performance, The International Journal of Physical Distribution Logistics Management, Vol. 3(4), pp. 42-54.
30. Morauszki, K. – Lajos, A. (2014): Beszállítóvá válás folyamata a hazai autóiparban, Journal of Central European Green Innovation, 3 (1), (HU ISSN 2064-3004), p. 144.
31. Park, D. – Krishnan, H. A. (2001): Supplier selection practices among small firms in the United States: Testing three models, Journal of Small Business Management, 39(3), pp. 259-271. DOI: 10.1111/0447-2778.00023
32. Pónusz, M. - Kozma, T. (2017): Zöld ellátási láncok és innovatív megoldások. Logisztikai trendek és legjobb gyakorlatok III.évfolyam 2.szám, p.65 ,pp. 61-66.
33. Rainer, L – Christian G. (2005): Supplier selection and controlling using multivariate analysis, International Journal of Physical Distribution Logistics Management, Vol.35(6), pp. 409-425.

34. Schneider, d. J. G. – Müller, R. U. (1989): Datenbankgestützte Marktselektion, Stuttgart.
35. Voeth, M – Gawantka, A. (2005): Zufriedenheit von Zulieferern in der Automobilindustrie, an der Universität Hohenheim, Stuttgart, pp.6-11.
36. Wagner, S. M. (2000): Strategisches Lieferantenmanagement in Industrieunternehmen: eine empirische Untersuchung von Gestaltungskonzepten. Frankfurt / Main et al. Zugl. St. Gallen Univ. Diss., p.7.
37. Walter – Busch, E. (1996): Organisationstheorie von Weber bis Weick, Verlag Fakultas, Amsterdam, p.240.
38. Weber, C. – J. Current – W. Benton (1991): Vendor selection criteria and methods, *Eur. J. Oper. Res.*, 50: pp. 2-18. DOI: 10. 1016/0377-2217(91)90033-R
39. Webster, F. E. – Wind, Y. (1972): A General Model for Understanding Organizational Buying Behavior, Framework outlines the decision process in an industrial context, *Marketing Management*, Winter / Spring, Vol. 4. No. (4), pp. 52-57.
40. Wisner, J. D. – Leong, G. K. – Tan, K. C. (2005): Principles of supply chain management: A balanced approach. USA: South Western, Thompson.

**ÉLELMISZERJELÖLÉS JELENTŐSÉGE A VIDÉKI
ÉLELMISZERELŐÁLLÍTÁSBAN¹**
IMPORTANCE OF FOOD MARKING IN RURAL FOOD PRODUCTION

Nagyné Pércsi Kinga

egyetemi docens

Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

E-mail: nagyne.pecsi.kinga@gtk.szie.hu

Összefoglalás

Az élelmiszerek címkéjén szereplő jelölési információknak fontos szerepe van a vásárlási döntések meghozatalában. Ugyanakkor a fogyasztók más-más élelmiszer összetevőket tartanak veszélyesnek, illetve fontosnak. Előfordul, hogy bonyolultnak tartják a címkén megjelenő információkat, illetve elvesznek a jelölések és védjegyek rengetegében. A helyi élelmiszer termékek és a bioélelmiszerek esetén az is megfigyelhető, hogy a közvetlen termelői – fogyasztói kapcsolat helyettesíti az élelmiszercímkét és a tanúsító védjegyet. Ilyen esetekben jelentősége kevésbé fontos. Vannak olyan kutatások, melyek szerint a fogyasztók elsősorban akkor vizsgálják meg az élelmiszer jelölését, a címkén szereplő információkat, ha valamire allergiásak, vegetáriánus életmódot folytatnak, vagy vallási okok miatt kíváncsiak az összetevőkre (Bandara et. al, 2016). Mindezek alapján érdemes tehát megvizsgálni a kistermelői termékekre, ezen belül is az ökológiai élelmiszerekre vonatkozó jelölési szabályokat, valamint a címke szerepét a vásárlói döntéshozatalban. A cikk célja a fentieknek megfelelően annak vizsgálata, hogy mennyire fontosak a közvetlen termelői-fogyasztói kapcsolatok a bioélelmiszereket fogyasztók körében, illetve helyettesíti-e ez a kapcsolat az élelmiszercímkét? További érdekes, címkézéshez kapcsolódó kérdés, hogy milyen összetevőket tartanak veszélyesnek a bioélelmiszereket fogyasztók? A kutatás módszere a szakirodalmi vizsgálat mellett a személyes megkérdezés és egy önkényesen kiválasztott minta papír alapú kérdőíves vizsgálata volt.

Abstract

The information on food label has an important role in decision making process of purchase. The consumers find different food components dangerous and important. It often comes for that they find the food label information complicated and they are lost in the abundance of labels. In the case of local and organic food it can be observed that the direct consumer – producer relations can substitute the quality proving labels and food marks, their importance is less in such cases. Researches exist according to which the consumers investigate the food labels only in that case if they are affected by food allergy, or they are vegetarian or they would like to know the list of components because of religious causes (Bandara et al, 2016). On the basis of the aforementioned it is worth to introduce the labelling rules and to analyse the role of food labels in decision process of purchase. The aim of the article is to analyse the importance of the direct producer-consumer relations in the circle of organic consumers and that if this relation substitutes the information on food label? Further interesting question relating to labelling is which components of food are held to be dangerous by the organic food consumers. Beside the literature review the method of the research is the personal interviews and the paper based survey on arbitrarily selected sample.

¹ Ez a tanulmány a Nemzeti Közzolgálati Egyetem és partner intézményei által megvalósított KÖFOP-2.1.2-VEKOP-15-2016-00001 “A jó kormányzást megalapozó közzolgálat-fejlesztés” projekt keretében készült.

Kulcsszavak: védjegy, élelmiszercímke, összetevők, ökológiai, biztonság, bizalom

JEL besorolás: Q18, R19, M31

LCC: S1

Bevezetés

Rácz (2013) kutatásai alapján megállapítható, hogy a Magyar termék és Biotermék védjegyeket észlelő fogyasztók előnyben részesítik a közvetlen értékesítésből származó élelmiszereket. Ismert védjegy továbbá a Hungarikum védjegy bár itt egyéb értékesítési formák dominálnak. (Kassai et al, 2016). Az egyre igényesebb fogyasztó a minőség mellett a vásárlás átláthatóságát és biztonságát is igényli. Lewis és Bridger (2001) is arra a következtetésre jutott, hogy a fogyasztó döntéshozatalában a bizalom kiemelkedően fontos szempont. A hagyományos táplálkozás veszélyeinek felismerése és az élelmiszerbotrányok miatt a bizalom egyre nagyobb szerephez jut az élelmiszerek kiválasztása során. A bizalom lényege ebben az aspektusban, hogy általa leegyszerűsíthető a vásárlói döntés (Brávác, 2015).

Haas et al (2014) arra a megállapításra jutott, hogy hiába az eltérő értékesítési csatorna, címkézés, jelölés, árképzés az ökológiai és a helyi élelmiszerek egymás versenytársai, helyettesítői az amerikai élelmiszerpiacokon (Szente, 2015). Éppen ezért mivel a helyi termékek speciális esetét képezik az ökológiai élelmiszerek, ezek címkézési, jelölési követelményeit, előírásait is érdemes áttekinteni, valamint megvizsgálni, hogy a fogyasztók e termékek esetében milyen információt tartanak fontosnak a terméken.

Ai és Swee (2001) szerint az észlelést befolyásolja, hogy a fogyasztó új, vagy már ismert információval találkozik. Az ismeretlen információ esetén előfordulhat, hogy a fogyasztó nem képes ahhoz jelentést társítani, így nem vonja be a vásárlási döntési folyamatba (Lehota - Rácz, 2013). Az újdonságtartalom kivül fontos szerepet kap a csomagoláson feltüntetett információk mennyisége és minősége, vagyis a jelölések száma és hasznossága. A jó minőségű információk növelik a fogyasztó bizalmát a termékkel kapcsolatban, így képesek jelentős mértékben befolyásolni a vásárlási döntést. Az előbbieket mellett fontos, hogy az információ a fogyasztó számára hiteles legyen, a jelölések, tanúsító szervezetek sokasága ugyanis összezavarja (Loureiro et al. 2002, Sabbe et al., 2009 in Lehota – Rácz, 2013).

Lehota és Rácz (2013) vizsgálatai alapján arra a megállapításra jutott, hogy nélkülözhetetlen a fogyasztók jelölésekkel kapcsolatos ismereteinek bővítése az értékrendnek megfelelő vásárlási döntés érdekében. Még a leginkább elkötelezett fogyasztók esetén is megfigyeltek némi fogalmi bizonytalanságot (pl. öko, natúr termékek), valamint azt, hogy ezek a fogyasztók az egészséges életstílus követelményeit főként a diétás étrend kialakításával párosítják, amelyek a valóságban nem értelmezhetők szinonim fogalmakként.

Az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásért elsődlegesen felelős élelmiszer-vállalkozó az a vállalkozó, akinek neve vagy cégneve alatt az élelmiszert forgalomba hozzák, vagy ha ez a vállalkozó nem letelepedett az Unió területén, akkor az élelmiszert az uniós piacra behozó importőr. Ugyanakkor a lánc valamennyi tagja felelősséggel tartozik a saját hatáskörén belül a jelölési információk meglétéért és pontosságáért.

Általános jelölési szabályok

Az 1169/2011/EU rendelet szerint az élelmiszer-vállalkozóknak az ellenőrzésük alá tartozó vállalkozásokban biztosítaniuk kell, hogy a végső fogyasztónak vagy vendéglátásnak, illetve közétkeztetésnek szánt, nem előre csomagolt élelmiszerek esetében is továbbítsák az

élelmiszerekkel kapcsolatos információkat az élelmiszert átvevő gazdasági szereplőnek, hogy lehetővé váljon a kötelező tájékoztatás ismertetése a végső fogyasztóval. A 36/2014. (XII. 17.) FM rendelet szerint a **nem előre csomagolt élelmiszerek** például a következők:

- zsemle, kifli, egyéb péksütemények
- párizsi, sajt, amit a vevő kér és jelenlétében becsomagolnak
- kereskedelmi előrecsomagolt kakaós ostya
- vendéglátás során felkínált ételek.

2015. április 1-jétől a nem előre csomagolt élelmiszer végső fogyasztónak történő értékesítése esetén az eladás helyén jól látható módon fel kell tüntetni például a pultban egy táblán a következő információkat:

1. Élelmiszer neve.
2. Az élelmiszer nevéhez kapcsolódóan fel kell tüntetni:
 - „Édesítőszerrel (édesítőszerekkel)”
 - „Cukorral (cukrokkal) és édesítőszerrel (édesítőszerekkel)”
3. Narancssárga S (E 110), Kinolinsárga (E 104), Azorubin (E 122), Alluravörös (E 129), Tartrazin (E 102), Neukokcin (E 124) színezékek jelenléte esetén: „a színezék(ek) megnevezése vagy E-száma, valamint a gyermekek tevékenységére és figyelmére káros hatást gyakorolhat”

A végső fogyasztót kérésére az egyéb jelölési információkról is tájékoztatni kell (pl. összetevőkről, gyártóról, tárolási feltételekről stb.), ennek módja azonban nincs előírva, a tájékoztatás szóban is elegendő. Ha a vevő rákérdez a kiskereskedelmi pultban elhelyezett valamely termék összetevőire, akkor a tájékoztatást a kereskedőnek meg kell adnia. Ahhoz, hogy a kötelező tájékoztatásnak a kereskedő eleget tudjon tenni, a kiskereskedelmi forgalmazásra átadott termékeket a kísérő dokumentumban úgy kell jelölni, mintha csomagolt lenne, vagyis nem elegendő csak az allergéneket, hanem az összetevőket is fel kell tüntetni. Ezt a dokumentumot egyszer is elég megküldeni a kereskedőnek, azonban ha bármilyen változás történik, akkor haladéktalanul újat kell küldeni.

36/2014. (XII. 17.) FM rendelet szerint a végső fogyasztó figyelmét az **allergénekre** is fel kell hívni. Az allergénre vonatkozó információnak könnyen elérhetőnek kell lennie, és jól látható módon kell megjeleníteni. A tájékoztatást az eladás helyén kell megtenni, például az étlapon, vagy a nem előrecsomagolt élelmiszerek esetében a pultban elhelyezett táblán kell feltüntetni. A tájékoztatás elérhetőségének helyére a végső fogyasztó figyelmét jól olvasható módon, a létesítményben elhelyezett fizikai vagy elektronikus hordozón fel kell hívni, például: " Az allergénekről tájékozódjon a kihelyezett plakáton!". Ugyanakkor szóban is közölhető az allergén információ, ha valamilyen módon felhívják erre a vásárló figyelmét, például: " Az allergénekről tájékozódjon az eladónál!". Ennek azonban feltétele, hogy a létesítményben folyamatosan jelen van az információ átadásáért felelős személy, a fogyasztó, kérésére, az információt haladéktalanul megkapja az élelmiszer átadásának helyén, a vásárlást megelőzően, valamint az információ a létesítményben elérhető írásos dokumentumon alapul.

2015. július 1-jétől kötelező az élelmiszer-vállalkozónak belső eljárást kell kidolgoznia az allergének jelenlétére vonatkozó szóbeli tájékoztatás megadásának módjáról és ki kell jelölnie a szóbeli tájékoztatás megadásáért felelős személyt. A belső eljárást fizikai vagy elektronikus adathordozón dokumentálni kell és a személyzet, valamint az ellenőrző hatóság számára könnyen elérhetővé kell tenni. A belső eljárásban az oktatásra is ki kell térni, amelyet dokumentumokkal is alá kell támasztani.

52/2010. (IV. 30.) FVM rendelet alapján, ha a **kistermelő** csomagoltan értékesíti a termékét a gazdaság helyén, piacon, vásáron, rendezvényen, engedélyezett ideiglenes árusító helyen, valamint házhozszállítással, akkor a csomagoláson feltüntetnie a kistermelő nevét, címét vagy a gazdaság helyének címét, a termék nevét, a lejárat dátumát, fogyaszthatósági idő esetén tárolási hőmérsékletét, a termék tömegét, kivéve, ha a kistermelő a vevő jelenlétében méri le.

Ha a kistermelő csomagolatlanul értékesíti termékét, akkor a kihelyezett termék előtt fel kell tüntetni a nevét, címét, a gazdaság helyének címét, valamint a termék nevét. A kistermelőkre is vonatkozik az allergénekre vonatkozó tájékoztatási kötelezettség, de nem kell például táblán kiírni, hogy erről kérhetnek tájékoztatást a vevők. Szóban is megadható az allergén információ, ha az információt haladéktalanul megkapja a fogyasztó az élelmiszer átadásának helyén, a vásárlást megelőzően. A tájékoztatásnak nem kell írásos dokumentumon alapulnia, és eljárásrendet sem kell készíteni róla.

1337/2013/EU rendelet alapján 2015. április 1-jétől az előrecsomagolt, végső fogyasztónak szánt, valamint a közétkeztetésben működő gazdasági szereplőnek szánt friss, hűtött, vagy fagyasztott **sertés-, juh-, kecske-, és baromfihús** esetében fel kell tüntetni az állattartás helyét, a vágás helyét, valamint a hús azonosító tételszámát. Az állattartás helyének meghatározása konkrét előírások szerint történik, állatfajonként (sertés, juh és kecske, valamint baromfi) eltérő módon.

Ha a húst vagy az állatokat az Unióba importálták, akkor a következő jelölést kell alkalmazni: „Az állattartás helye: több Európai Unió kívüli ország” vagy „Az állattartás helye: az Európai Unió több tagállama és több Európai Unió kívüli ország”. Ha hitelt érdemlően bizonyítható az állat nevelésének helye, akkor a tagországokat is fel lehet sorolni. Ha a hús olyan állatból származik, amely egyetlen tagállamban született, nevelkedett és került levágásra, akkor a származás kifejezést is lehet használni: "Származási hely: Magyarország".

A fogyasztónak vagy közétkeztetésben működő gazdasági szereplőnek szánt, ugyanazon csomagban elhelyezett több, azonos vagy különböző fajból származó húsdarabra a címkén fel kell tüntetni valamennyi faj esetében a megfelelő tagállamok felsorolását, illetve a fogyasztónak vagy a közétkeztetésben működő gazdasági szereplőnek szállított hús azonosító tételszámát.

A pultba kitett nem előrecsomagolt húsoknál azonban a 1337/2013/EU rendeletben előírtakat a pultban nem kell feltüntetni.

Ökológiai termékek jelölése

Az ökológiai termékek jelölésének főbb szabályait a Hungária Öko Garancia (2018) tanúsító szervezet honlapján található információk alapján ismertetem. A vállalkozás által forgalmazott termékekről listát kell vezetni, melyet folyamatosan aktualizálni kell. Kizárólag azokat a termékeket lehet az ökológiai eredetre utaló jelöléssel ellátni és forgalomba hozni, amelyek szerepelnek a vállalkozás részére kiállított érvényes tanúsítványon, azaz amelyeket a vonatkozó jogszabályok szerint és egy elismert ellenőrzőszervezet ellenőrzése mellett állítottak elő. A termékek címkéin (az egyéb jogszabályi kötelezettségeken felül) szerepeltetni kell a termék megnevezését, az előállító/forgalmazó nevét, címét, az ökológiai eredetre utaló jelölést, valamint az utolsó árumanipulálást (feldolgozást/csomagolást/címkézést) ellenőrző szervezet kódszámát.

Feldolgozott élelmiszerek esetében a következő három kategóriát különböztetjük meg:

1. *Ökológiai jelölés a kereskedelmi megnevezésben*, ha a termék főként mezőgazdasági összetevőkből áll, melyek legalább 95%-a ökológiai, és kizárólag a 889/2008/EK rendelet 27. cikkében, valamint VIII. és IX. mellékletében foglalt nem ökológiai illetve nem mezőgazdasági eredetű összetevőket, adalék- és segédanyagokat tartalmazza, és az ott előírt korlátozásokat betartották.
2. *Ökológiai jelölés kizárólag az összetevők felsorolásában*, ha a termék főként mezőgazdasági összetevőkből áll, és kizárólag a 889/2008/EK rendelet 27. cikkében és VIII. mellékletében foglalt nem mezőgazdasági eredetű összetevőket, adalék- és segédanyagokat tartalmazza, és az ott előírt korlátozásokat betartották.
3. *Ökológiai jelölés az összetevők felsorolásában és a kereskedelmi megnevezéssel egy mezőben*, ha a fő összetevő halászati vagy vadászati termék, az egyéb mezőgazdasági eredetű összetevők mindegyike ökológiai, a termék főként mezőgazdasági összetevőkből áll, és kizárólag a 889/2008/EK rendelet 27. cikkében és VIII. mellékletében foglalt nem mezőgazdasági eredetű összetevőket, adalék- és segédanyagokat tartalmazza.

Az összetevők felsorolásában minden esetben fel kell tüntetni, mely összetevők ökológiai eredetűek. A 2. és 3. pont esetében az ökológiai termelésre vonatkozó hivatkozások kizárólag az ökológiai összetevőkkel kapcsolatban jelenhetnek meg, és az összetevők felsorolásában fel kell tüntetni az ökológiai összetevők teljes százalékos arányát a mezőgazdasági eredetű összetevők teljes mennyiségéhez képest. Mindezeket pedig az összetevők felsorolásában szereplő egyéb jelzésekkel megegyező színben, méretben és betűtípussal kell feltüntetni.

Az ökológiai státusszal tanúsított termékeken (1. kategória) 2010. július 1-ét követően az EU ökológiai logóját is kötelezően szerepeltetni kell. Ezekben a termékeken feltüntethető továbbá a tanúsító szervezet logója is.

Érdekes ugyanakkor, hogy a bio termékek ellenőrző szervezetei által kiadott címke ismertsége csekély, és a fogyasztók csupán 10,2%-át befolyásolja (Szakály - Szigeti, 2012 in Szakály – Szente, szerk., 2012).

Módszer

A szakirodalom és a vonatkozó jogi anyag feldolgozása alapján ismertetem a kistermelői élelmiszerjelölési előírásokat, valamint az ökológiai gazdálkodás követelményeinek megfelelően előállított élelmiszerek jelölési szabályait, előírásait. Az élelmiszerjelölési jogszabályok feldolgozásához a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal által oktatási célra készített, tájékoztató anyagokat is felhasználtam (NÉBIH, 2015). Az ökológiai termékek jelölési követelményeinek fogyasztók általi megítélését, a fogyasztók által fontosnak tartott követelményeket, információkat az ökopiaci fogyasztók felméréssel és véleményével támasztom alá. 32 ökopiaci fogyasztóval készült kérdőíves vizsgálat ez év februárjában a legnagyobb hazai ökopiacon, a Biokultúra Szövetség ökopiacán, melyet a Biokontroll Hungária Kft. tanúsító szervezet ellenőriz. A kérdőívet személyesen megkérdezés útján töltöttük ki, így a megkérdezetteknek lehetőségük volt egy-egy kérdés kapcsán a személyes véleményük kifejtésére, melyet feljegyeztünk. Az alkalmazott kérdőív 16, többségében zárt kérdést tartalmazott, melyek a fogyasztó táplálkozási szokásaira, fogyasztói magatartására, attitűdjére, beszerzési csatorna választására és demográfiai jellemzőire kérdezett rá. A megkérdezetteknek, mint ahogy említettem lehetőségük volt a személyes véleményüket, észrevételeiket szabadon kifejtteni. Az előzőeken kívül, a Szent István Egyetem „Élelmiszer-biztonság, minőségbiztosítás”, valamint a „Higiénia a vendéglátásban” c. kurzusainak harmadéves

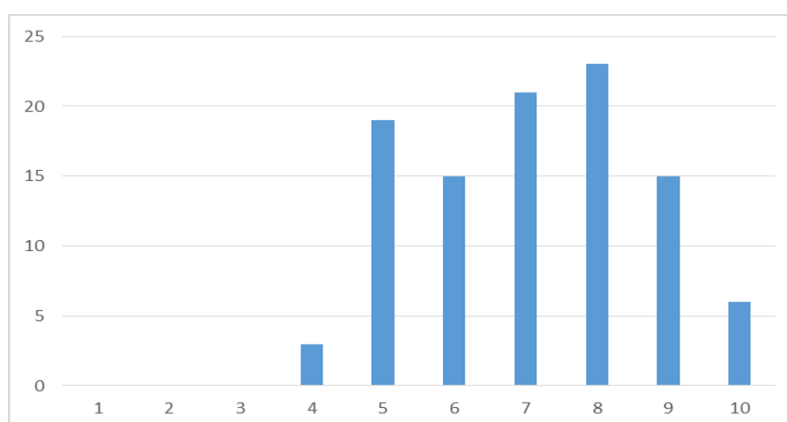
hallgatói segítségével 842 kérdőívet gyűjtöttem össze a megadott határidőig. A hallgatók feladata a tágabb család, szülők, nagyszülők, nagybácsik, nagynénik, rokonok megkérdezése volt. Ezeket a kérdőíveket is feldolgoztam az elemzésben. Az összes kérdőívből a biopiacon vásárló minta elemszáma összesen 102 amelybe beletartozik a közvetlenül, a Biokultúra Biopiacon személyesen megkérdezett 32 fő is. A bioélelmiszer fogyasztók száma természetesen ennél több, ők főként speciális boltban és kiskereskedelmi láncokban vásárolnak bioélelmiszert. A vizsgálat hipotézisei, hogy az élelmiszercímke információit helyettesítik a közvetlen termelői és fogyasztói kapcsolatok, valamint hogy a hazai bioélelmiszer fogyasztók más európai országokéihoz hasonlóan elsősorban vegyszermentessége miatt fogyasztják az ökoélelmiszert, amire az ökovédjegy a garancia.

Eredmények

A biopiacon vásárlók 67%-a nő, 33%-a férfi. Talán nem meglepő, hogy egy 2014 nyarán készült a teljes lakosságra kiterjedő reprezentatív kutatás alapján a nők átlag feletti arányban válaszolták, hogy ők maguk felelnek a bevásárlásért. Ugyanezen felmérés szerint a nők az átlagosnál nagyobb figyelmet szentelnek az élelmiszerek egészségre gyakorolt hatásának is (Jakopánecz, 2015).

A megkérdezettek 58%-a budapesti lakos, ez a közvetlen budapesti ökopiaci felmérésből is következik, hiszen ott kevés kivételtől eltekintve mindenki budapesti lakos volt. A megkérdezettek 61%-a felsőfokú végzettségű, és mint ahogy az a korábbi felmérések alapján várható volt 87%-uk nyilatkozott úgy, hogy családjá átlagos, vagy annál magasabb egy főre jutó jövedelemmel rendelkezik. Egy 2012-ben készült Medián felmérés szerint is a vegyszermentes egészséges és lehetőleg szezonális termékeket a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők preferálják (Medián, 2013). Egy másik reprezentatív vizsgálat (Szente, 2015) alapján megállapítható, hogy azok, akik ökológiai termékeket vásárolnak döntően nők, felsőfokú végzettséggel rendelkeznek, szellemi foglalkozásúak és vagy átlagos, vagy annál magasabb jövedelemmel rendelkeznek.

Felmérésünk egyik érdekes és témához kapcsolódó megállapítása, miszerint az ökológiai piaci fogyasztók élelmiszerbiztonsági kérdésekben igen felkészültnek és tájékozottnak érzik magukat (1. ábra). Saját magukat kellett értékelniük ezen a téren 1-10-ig adható pontokkal, és mint ahogy az az ábrán látható senki nem adott 4-nél rosszabb pontot magának. A legtöbben 8 ponttal értékelték tudásuk, az átlag pedig 7,1 volt, ami magas szintű felkészültséget jelez.

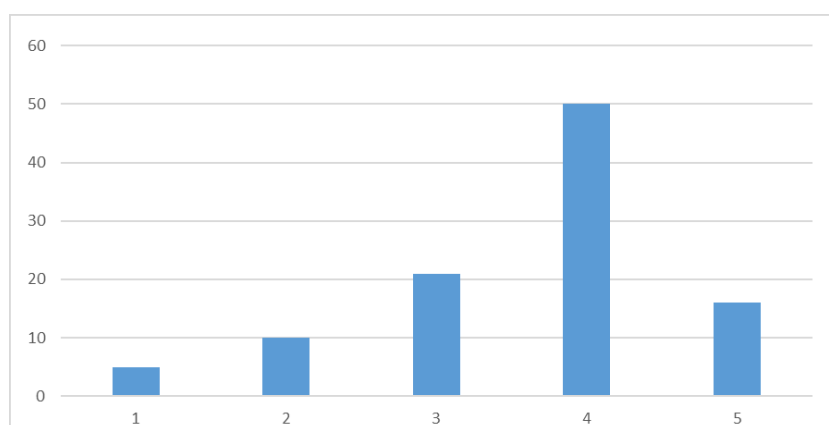


1. ábra.: Az ökopiaci fogyasztók élelmiszerbiztonsági felkészültsége, önértékelés alapján

Forrás: Saját adatgyűjtés és feldolgozás, 2018

Magyarázat: N=102

A Budapesti Ökopiacon történt közvetlen megkérdezéses interjú tapasztalatai alapján elmondható, hogy valóban minden megkérdezett tájékozott volt és nem csak az alapvető kérdésekben. Tudták, például hogy vannak kevésbé káros, illetve szükséges adalékanyagok, hogy nem minden édesítőszer káros az egészségre, hogy mi a transz-zsír, E-szám. Érdekes az is, hogy sokan említették, hogy nem azért preferálják a hazai termékeket, mert biztonságosabbnak tartják, hanem emocionális okokból. Ezt a 32 meginterjúvált személyből 24 említette. Sokan azt is tudták, hogy kit büntetett meg a piacon a NÉBIH (9). A legtöbben évek óta járnak már erre a piacra (23), ami lehetőséget ad számukra a hosszú távú termelői-fogyasztói kapcsolatok kialakulására, hiszen a piacon a termelők nagyobb része több, mint 10 éve jelen van. A legtöbb gazdálkodó is itt szerzi be egymástól heti rendszerességgel azokat a termékeket, amelyeket maga nem tud előállítani.



2. ábra: Az élelmiszerbiztonsági helyzet megítélése az ökopiaci fogyasztók szerint²

Forrás: Saját adatgyűjtés és feldolgozás, 2018

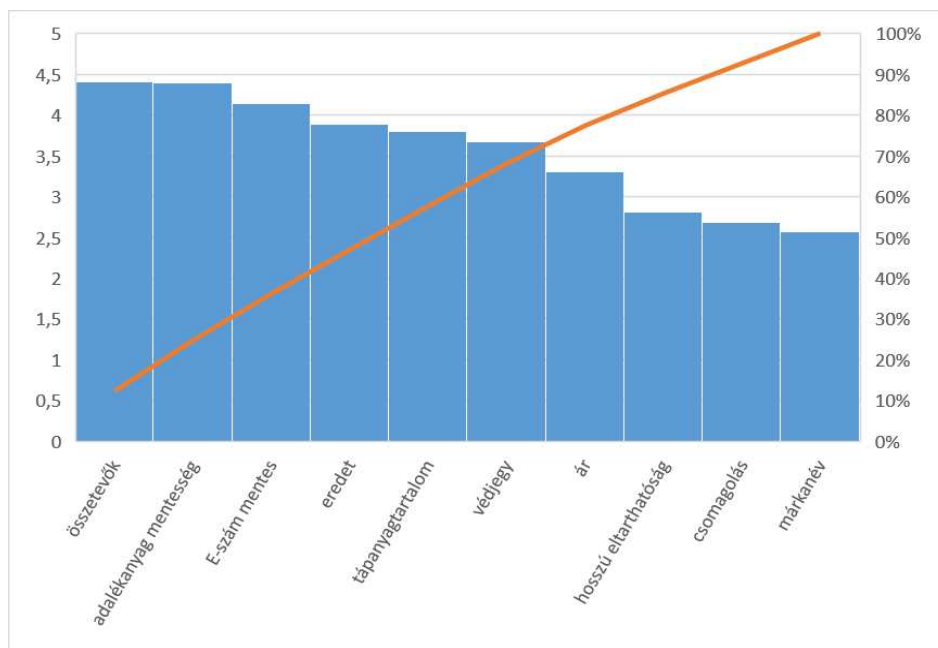
Magyarázat: N=102

Az ökopiaci fogyasztók az élelmiszer-biztonsági helyzetet átlagosan 3,61 pontra értékelték a maximálisan adható 5-ből. Ez azt jelenti, hogy szerintük némileg javult a helyzet az élelmiszerek biztonsága terén az elmúlt években. A legtöbb válaszadó, a megkérdezettek majdnem fele 4 pontot adott (2. ábra).

Az élelmiszer címkéjén feltüntetett adatok közül leginkább befolyásolja az ökopiaci fogyasztók vásárlási döntését az összetevők és az adalékanyagok mennyisége (3. ábra). Legkevésbé a márkanév foglalkoztatja őket, ami az ökológiai élelmiszer sajátossága, hiszen az ökológiai termékek piacán nincsenek erős márkanevek, az egyes márkanevekhez nem tartozik erős marketing tevékenység. Szente (2015) által végzett felmérés szerint a magyar fogyasztó ökológiai élelmiszervásárlási döntéseire legkisebb hatással a reklám, a termék hozzáférhetősége és a gyártó cég neve vannak. Ezt a jelenséget valószínűleg az okozza, hogy a konvencionális termékekhez képest az ökológiai termékeket különlegesnek érzik a fogyasztók, amelyeket nem azért tesznek a kosrukba, mert látták a reklámokban, másrészt az ökológiai élelmiszer beszerzési helyét tekintve inkább az az elvárásuk, hogy az megbízható legyen. A márkanév kisebb jelentőségét valószínűleg az okozza, hogy nincs széles körben elterjedt és ismert ökológiai márka Magyarországon és a cégek egyike sem törekszik nevének hangsúlyozására. A szerző is arra az eredményre jutott, hogy az ökológiai védjegy csak a döntéshozó tényezők listájának közepén található, amely egyértelműen az információ

² 1- Jelentősen romlott; 2-Némileg romlott; 3-Nem változott; 4-Némileg javult; 5-Jelentősen javult.

hiányra utal és felhívja a figyelmet azokra a kezdeményezésekre, amelyek az ökoélelmiszerek egyértelmű azonosítást kívánják segíteni (Szente, 2015).



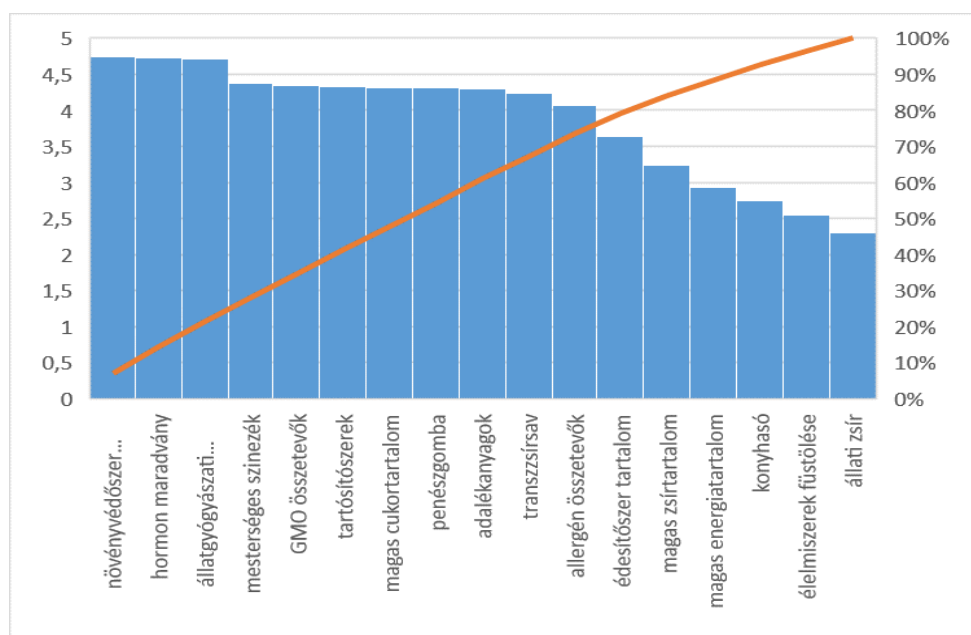
3. ábra: Az élelmiszeren feltüntetett információk fontossága az ökopiaci fogyasztók számára

Forrás: Saját adatgyűjtés és feldolgozás, 2018

Magyarázat: N=102

Jakopánecz (2015) vizsgálatai szerint az átlag hazai fogyasztó megvizsgálja az élelmiszer csomagolását 77,8%-ban. Átlag feletti arányban vizsgálják meg a megvásárolni kívánt termékek csomagolását az 50 év feletti, a szellemi dolgozók, a nyugdíjasok és az átlagos jövedelműek (Jakopánecz, 2015). Elemzése szerint az átlag magyar fogyasztónak viszont a legfontosabb szempont a lejárat idő, a hosszú eltarthatóság és csak ezt követően érdeklik az élelmiszer összetevők. Érdekes, hogy a gyártó neve és a csomagolás kinézete az átlag magyar élelmiszervásárló számára is utolsó szempontok. Megállapította továbbá, hogy az élelmiszervásárlás során átlag felett tartják fontosnak a legtöbb szempontot (lejárat idő, a termék összetevői, ország eredet (származási ország), a termék tápértéke, a védjegyek, a termék gyártójának neve, a termék csomagolásának kinézete) a nők, az 50 évnél idősebbek, és a nyugdíjasok. (Jakopánecz, 2015).

Az ökopiaci fogyasztók szerint a legveszélyesebb anyag az élelmiszerben a káros szennyezőanyag tartalom (4. ábra). Ez az élelmiszervásárlást befolyásoló legfontosabb tényezőkkel is összecseng, valamint az ökológiai gazdálkodás élelmiszer-biztonsági követelményeinek is megfelel, hiszen az ökoélelmiszerek legfőbb élelmiszer-biztonsági előnye a szennyezőanyag mentesség. Ezek az élelmiszerek továbbá sokkal kevesebb adalékanyagot tartalmaznak. A génmódosított szervezetektől mentes termelés szintén alapvető követelmény az említett gazdálkodási formánál. Érdekes ugyanakkor, hogy a GMO-összetevők, a tartósítószer és a penészgomba gyakorlatilag egyformán kockázatos tényezők e szegmens megítélésében.



4. ábra: Az ökopiaci fogyasztók által legveszélyesebbnek ítélt összetevők

Forrás: Saját adatgyűjtés és feldolgozás, 2018

Magyarázat: N=102

Következtetések

A Budapesti Ökopiacon készült közvetlen megkérdezéssel történt vizsgálatból egyértelműen kiderült, hogy az ökopiaci fogyasztók is bizalmatlanok az ökopiaci árusítókkal szemben, néhány terméknel, különösen a zöldség, gyümölcs, méz, tojás esetében, de a hús- és tejtermékek beszerzésénél is igyekeznek ugyan attól a termelőtől vásárolni, akivel közvetlen kapcsolatot alakítanak ki. A legtöbben hosszú évek óta egy termelőtől szerzik be az előbbieken felsorolt élelmiszerféléseket. A termelői-fogyasztói kapcsolatok fontosságát támasztja alá a felmért ökopiaci fogyasztók hozzáállása is, vagyis az, hogy nagyon fontos számukra az élelmiszer beszerzési helyének megválasztása. Tehát nem a márkanév és a védjegy dominál a döntéseikben, hanem az ökológiai élelmiszer beszerzési helyének megbízhatósága. Tehát a vizsgálat hipotézisei közül az első miszerint a termelői és fogyasztói kapcsolatok helyettesítik a címke információit igazolódott a vizsgálat eredménye alapján, viszont a második, miszerint a vegyszermentességre a védjegy a garancia, nem nyert alátámasztást, sőt ellenkezőleg, sokkal hangsúlyosabb a hosszú távú kapcsolat a termelővel.

Az élelmiszer címkéjén feltüntetett adatok közül leginkább befolyásolja az ökopiaci fogyasztók vásárlási döntését az összetevők és az adalékanyagok mennyisége. Legkevésbé a márkanév foglalkoztatja őket, ami az ökológiai élelmiszer sajátossága, hiszen az ökológiai termékek piacán nincsenek erős márkanevek, az egyes márkanevekhez nem tartozik erős marketing tevékenység.

Szente (2015) is arra az eredményre jutott, hogy az ökológiai védjegy csak a döntéshatározó tényezők listájának közepén található, amely egyértelműen az információ hiányra utal és felhívja a figyelmet azokra a kezdeményezésekre, amelyek az ökoélelmiszerek egyértelmű azonosítást kívánják segíteni.

Az általunk végzett kérdőíves kutatás is alátámasztja a vonatkozó szakirodalom megállapítását, miszerint a legfőbb élelmiszervásárlást motiváló tényező az ökopiaci fogyasztóknál az

egészségre gyakorolt kedvező hatás és legveszélyesebb tényezőnek az élelmiszerek szermaradvány tartalmát ítélték.

Jakopánecz (2015) szerint a hazai élelmiszerfogyasztók az elmúlt három évben egészségesebb, több hazai eredetű, és kevesebb élelmiszert vásárolnak. Tehát az egészségtudatosság erősödése és az élelmiszerbiztonsági követelmények erősödése általános jellemzője a hazai piacnak. Ezt más vizsgálatok is alátámasztják (International Markets Bureau Canada, 2013). Ez a tendencia további lehetőségeket rejt a helyi kistermelői élelmiszerek, ezen belül különösen az ökológiai gazdálkodásból származó élelmiszerek számára. A jövőben érdemes termelői oldalról is megvizsgálni a védjegyek szerepét és a termelői-fogyasztói kapcsolatok fontosságát, hiszen amennyiben az ökoélelmiszer elhagyja a helyi, illetve a termelői piacot a védjegy szerepe és az általa közvetített információ tartalom szerepe megnő a fogyasztó vásárlási döntéseiben. A védjegyhez kapcsolódó bizalom erősítése is további feladatként merül fel.

Irodalomjegyzék

1. Ai, C. L., Swee, H. A. (2001): He who knows most says least, but says best: An information overload perspective. in: Tidwell P. M., Muller T. E. (eds.): Asia Pacific Advances. Consumer Research. Vol. 4, Provo, UT : Association for Consumer Research, 60-66. p. in Lehota - Rácz (2013)
2. Bandara, B. E. S., De Silva, D. A. M., Maduwanthi, B.C.H., Warunasinghe, W.A.A. I. (2016): Impact of food labeling information on consumer purchasing decision: with special reference to faculty of Agricultural Sciences, International Conference of Sabaragamuwa University of Sri Lanka 2015 (ICSUSL 2015), Procedia Food Science 6 (2016) 309 – 313
3. Brávác I. (2015): Az élelmiszerfogyasztói magatartás két dimenziója: az egészség- és a környezettudatosság, PhD Értekezés, SZIE, Gödöllő, 2015
4. Haas, R, Sterns, J., Meixner, O.; Nyob, D-I.; Traar V. Do US Consumers' Perceive Local and Organic Food Differently? An Analysis Based on Means-End Chain Analysis and Word Association. Int. J. Food System Dynamics 2013, 4(3): 214-226.
5. Hungária Öko Garancia (2018): Ökológiai termékek kereskedelme. Letöltés dátuma: 2018.03.24. http://www.okogarancia.hu/pdf/INFO-06_ivrev03_17-05-18_ker.pdf
6. InternationalMarketsBureau Canada (2013): The Hungarian ConsumerBehaviour, Attitudes andPerceptions TowardFood Products, Market Analysis Report, January 2013
7. Jakopánecz, E. (2015): Élelmiszer-vásárlási tudatosságés fogyasztói ellenállásra való hajlandósága magyar felnőtt lakosság körében. Dr. Töröcsik Marketing InspirációFogyasztói Magatartás Kutató Intézet, WHO Egészség Világnap, Élelmiszerbiztonság konferencia, 2017. április 7.
8. Kassai, Zs., Káposzta, J., Ritter, K., Dávid, L., Nagy, H., Farkas, T. (2016): The territorial significance of food hungaricums: the case of pálinka. Romanian Journal of Regional Sciences 2016. Vol.10. No. 2. ISSN 1843-8520 pp. 64.84. <http://www.rrsa.ro/rjrs/rjrs.swf>
9. Lehota, J., Rácz, G. (2013): Az élelmiszer-információk vásárlási döntést befolyásoló szerepének változása a fenntarthatóság trendjének hatására. http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2013/marketing/lehota_racz.pdf
10. Loureiro, M., L., Mccluskey, J., J., Mittelhammer, R., C. (2002): Will consumers pay a premium for eco-labeled apples?. Journal of Consumer Affair. 2002/8. 203-219. p., in Lehota – Rácz (2013)
11. Medián (2013) Attitudes towards the social effects of food purchasing. Report for ESSRG. Manuscript in Hungarian in Kneafsey et. al., 2013

12. NÉBIH (2015): Az élelmiszerjelöléssel kapcsolatos új előírások, a gyakorlati megvalósulásuk tapasztalatai. Letöltés dátuma: 2018.03.24. http://www.nak.hu/images/Kamara/Letoltheto/NAK_orzagjaras_jelolesi_eload%C3%A1s_teljes_PDF.pdf
13. Sabbe, S, Verbeke, W., Van Damme, P. (2009): Perceived Motives, Barriers and Role of Labelling Information on Tropical Fruit Consumption: Exploratory Findings. *Journal of Food Products Marketing*. 15(2). 119-138.p. in Lehota – Rácz (2013)
14. Szakály, Z., Szigeti, O. (2012): Közösségi marketing az élelmiszer-gazdaságban. In: Szakály, Z., Szente, V. (2012, szerk.): Agrártermékek közvetlen értékesítése, marketingje. Szaktudás Kiadó, Budapest, 2012, 16-29. o.
15. Szente, V., Torma, D. (2015): Organic Food Purchase Habits in Hungary. *Journal of Economic Development, Environment and People* Volume 4, Issue 1, 2015.

Jogszabályok

- 36/2014. (XII. 17.) FM rendelet az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásról.
- 52/2010. (IV. 30.) FVM rendelet a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről.
- A Bizottság 1337/2013/EU végrehajtási rendelete (2013. december 13.) az 1169/2011/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet alkalmazási szabályainak a friss, hűtött vagy fagyasztott sertés-, juh-, kecske- és baromfihús származási országa vagy eredete helyének feltüntetésére tekintetében történő megállapításáról.
- A Bizottság 2008. szeptember 5-i 889/2008/EK rendelete az ökológiai termelés, a címkézés és az ellenőrzés tekintetében az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről szóló 834/2007/EK rendelet részletes végrehajtási szabályainak megállapításáról
- Az Európai Parlament és a Tanács 1169/2011/EU rendelete (2011. október 25.) a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról.

KESZTÖLC: LAKOSSÁGSZÁM ÉS TELEPÜLÉSMORFOLÓGIA
KESZTÖLC: POPULATION AND SETTLEMENT MORPHOLOGY**Nyíró András**

PhD hallgató

Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Enyedi György Regionális
Tanulmányok Doktori Iskola
E-mail: andras.nyiro@gmail.com**Összefoglalás**

Kesztölc a 17. századig őrizte középkorias körszerkezetét. A domborzati viszonyok miatt a település bővítésére a nyugati irányban volt lehetőség. A dorogi bányászat megerősödésének idején, a 19. század végén megkezdődött a lakosság számának növekedése. Ekkor alakult ki a klasszikus egyutcás morfológiája. A II világháború után visszaesett a falu népességének növekedése. A TSZ-korszakban épültek az Újfalu kockaházai, és ezzel a korábbi egyutcás szerkezet átalakult. 1989 után a falu keleti határánál kialakult a kertváros.

Abstract

Kesztölc retained its medieval structure until the 17th century. Because of the terrain, the settlement was expanded in the western direction. During the Industrial Revolution, the number of populations has begun to increase. Then the classical one-way morphology came to its notice. After the Second World War, the growth of the population of the village fell. In the TSZ era, the houses of the Ujfalu were built and the former one-way structure was transformed. After 1989, the suburbs of the eastern border of the village developed.

Kulcsszavak: *településfejlesztés, falumorfológia, történeti demográfia, településtörténet, vidékfejlesztés*

JEL besorolás: *O15*

LCC: *HN*

Bevezetés

A dolgozat célja, hogy bemutassa az egyik legrégebbi és ma is prosperáló Esztergom-környéki település, Kesztölc mai formájának kialakulását. Ehhez nyomon követjük a lakosságszám alakulását és a töredékes források alapján a település szerkezetének változásait.

Kesztölc kis zsáktelepülés a Pilis nyugati lábánál. Az első írásos hivatkozását egy 1075-ös adománylevélben találjuk. Azóta a falu mindig lakott volt, átvészelte a tatárjárást, a török hódoltságot: Elkerülték az erőltetett fejlesztések a 19. és 20. század fordulóján a dorogi bányászat fellendülésének idején és az ötvenes évek iparosítása során is. Minden gazdaságtörténeti korszakban voltak olyan periódusai, amikor a falu infrastruktúrája, középületei, útjai fejlődtek, bővültek.

Nem kell messzire mennünk ellenpéldáért. A környéken több, mint fél tucat Árpád-kori település szűnt meg a török kor végéig. Több mint száz évig néptelen volt két szomszédos település, Dorog és Piliscsév. Fél tucat település olvadt be Esztergomba. Dorog lakossága a bányászat fellendülése idején tízszeresére nőtt, a város ma is keresi a funkcióját.

Anyag és Módszertan

Dolgozatomban Kesztölc történetét vizsgálom, demográfiai és topográfiai vonatkozások szerint. A demográfiai adatok egyik legfontosabb forrása az XVIII. századig a fennmaradt adóösszeírásokban található. (Radovics, 2018) Bél Mátyás (Bél, 1769) adatait is használtuk. Az Árpád-korból és a török megszállás korszakából is maradtak fent ilyen jellegű adatok Kesztölc történetéről. A XVIII. századtól rendszeressé vált a falut birtokló esztergomi káptalan megbízottjának ellenőrző látogatása Kesztölcön. A Canonica Visitationes 1782, 1788, 1812. évi jelentéseiben (Radovics, 2018) kitértek a falu lakosság számára is. Az állami statisztikai szolgálat kialakítása utáni időkből a KSH jelentéseit vettük alapul. (Központi Statisztikai Hivatal, 2011)

Kesztölc területi kiterjedését a korabeli térképek alapján rekonstruálhatjuk. A katonai felmérések térképeit elemeztük. A katonai felmérések térképi szelvényeinek datálásának alapján (Kovács, 2002) tudjuk, hogy a Kesztölcöt érintő szelvényeket 1784-ben, 1841-ben, 1872-ben és 1941-ben mérték fel. Felhasználtuk a Településrendezési Terv (Pro Arch Kft, 2010), valamint a Települési Arculati Kézikönyv (Kassai-Szoó, et al., 2017) térképeit is.

Eredmények

Középkor

Az államalapítás után 1249-ig Esztergom volt a királyi központ. Kesztölc először az Árpádok családi birtoka volt, majd 1075-ben egyházi birtok lett. A földesurak számára a falu fontosságát a szőlő és a bor adta. Kesztölcön ebben az időben öt jobbágycsalád élt, akik szőlészkedtek, borászkodtak és 2 hektár szántóföldön is gazdálkodtak. I. Géza király említi a garamszentbenedeki apátság alapítólevelében. „*in Kestelci VII vineas et V vinitores et terram ad duo aratra*”, Kestelci-ben is [adtam] 7 szőlőt és 5 vincellért, illetve két ekealja földet. (Szőke, 2015) Adójukat borban fizették, a káptalannak 500 litert évente. A falunak volt egy kis temploma is: az „500 lépésnyire a falun kívül álló”, Szent Kelemen tiszteletére épült „fatoryú templom különböző időből származó három részből állott. A legrégebbi keletű volt kétségtelenül a 2 1/2 öl hosszú, 2 1/4 öl széles és a 2 1/2 öl magas a korábbi gót stílusban épített szentély” (Petrás, 1797)

Kesztölcöt a tatárjárás idején feldúlták, de az élet újraindult. Nem minden falu volt ilyen életképes: Kesztölc szomszédságában Nyír eltűnt, 1333-ban a határkövét is beszántották.

1250-ben Kesztölc mellett, Klastrompusztán alapították meg a Pálos Rendet. Hetven évig itt volt a szerzetesek központja. Az alapító, Özséb kanonok ambícióira jellemző, hogy Rómába utazott, hogy elismertesse a rendet a pápával. Nem járt sikerrel, de nem adta fel: a veszprémi érsektől kért és kapott elismerést. A Pálos rend különleges, a hagyományos feudális függelmi lánctól elkülönült kapcsolatrendszerrel jelentett a környéknek. A kesztölci templomot kiemelten kezelte az esztergomi érsekség ebben az időben, mert pálos atyák látták el a szolgálatát.

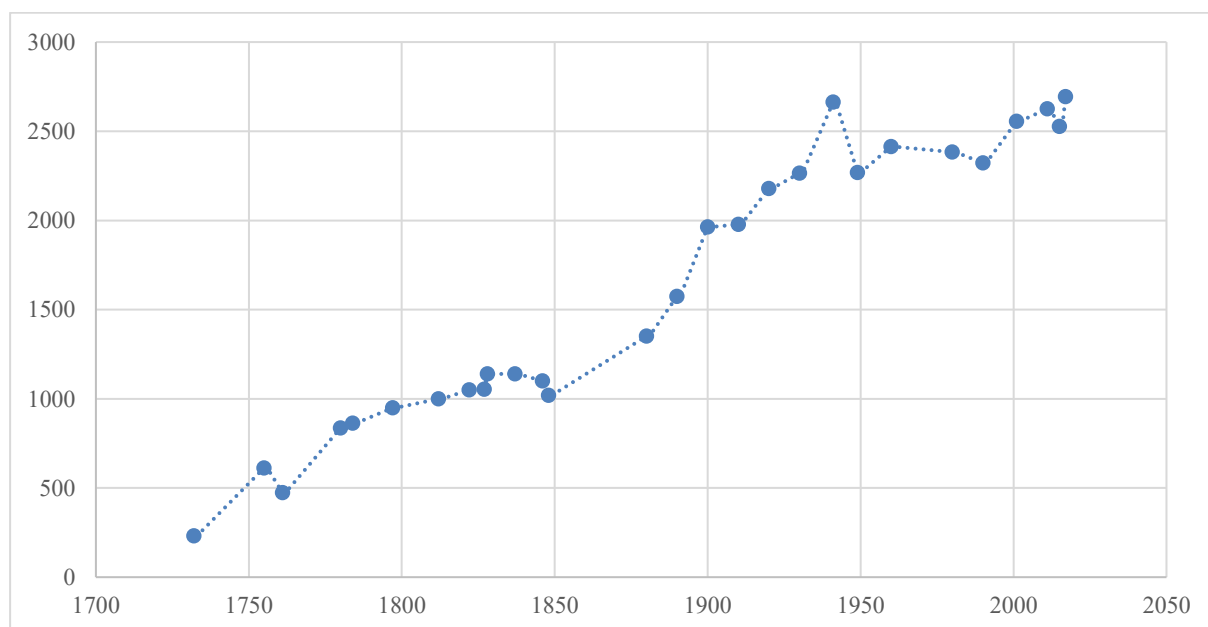
A falut 1526-ban, Esztergom ostromakor feldúlták a törökök, a pálos monostort felgyújtották. A szomszédos Dorogon megszűnt az élet ebben az időben, Kesztölc túlélte a török kort, de különleges, kiemelt státusza a török korban megszűnt. A kesztölciek felváltva adóztak a törököknek és a magyaroknak, az adónemekből arra következtethetünk, hogy a szőlő- és bortermeles visszaesett. Kesztölc besüppedt a vegetáló hódoltsági falvak sorába. A törökök 1552-ben 5, 1570-ben 12 házat és 18 magyar jobbágyot írtak össze. Dorogot a törökök 1542-

ben elpusztították, a lakosság elmenekült, 1570-ben végleg elnéptelenedett. A szomszédos Csév a török korban elnéptelenedett.

Szlovák telepések

A Rákóczi-szabadságharc a megyében újabb pusztítást, felégetett, kirabolt településeket, erdőkben bujkáló, éhező embereket hagyott maga után. A kesztölciiek szőlővel és borral foglalkoztak, gabonát termesztettek, mészégetésből tengődtek. 1714-ben megszüntették a kesztölci plébániát. Innen egyenes út vezetett a falu megszűnése felé.

1716-ban azonban megérkeztek az első betelepülő szlovákok Nyitra-környékéről. Friss erő, új szakmák ismerői, új szokások, más kultúra érkezett Kesztölcire. A következő száz év demográfiai fellendülése ebből a forrásból táplálkozott. 1715-ben 13 családról tudunk, 1784-ben már 187 családot számoltak Kesztölcön. A betelepülés 1780-ban ért véget, a falu lakossága meghaladta a 800 főt. Ebben az időben jött létre újra a szomszéd település, Piliscesv is. (Csombor, n.d.) Az 1. ábra mutatja a település népességének növekedését 1784-től napjainkig.



1. ábra Kesztölc lakossága 1784-2017

Forrás: saját szerkesztés (2019)

A betelepülő szlovák családok a megörökölt félkörös településszerkezetet építették tovább. Ez a félkörös morfológia a szakirodalomban leírt archaikus körfalu változata. A körfalunál „a házak többé-kevésbé szabályosan, egy központi térre néznek, nagyjából kör alakban véve körül azt, innen egyetlen utca vezet kifelé” (Piris & Trócsányi, S/a).

A 2. ábrán bemutatott 1784-es katonai felmérés térképén jól látszik a félkörös településszerkezet. A teljes kört délről az út vágja el. A térképen jól érzékelhetőek a domborzati viszonyok, amik behatárolták délről a település kör alakú terjeszkedését. 1800-ban a falu bejáratához, a keleti szélére építették fel az új templomot.



2. ábra Keszthely 1784-ben az I. Katonai Felmérés térképén

Forrás: Első Katonai Felmérés (1763-1787)

A mai légifelvételeken is jól kivehető az ófalu félköríves szerkezete, a Dózsa György utca és a Széchenyi utca által lehatárolt területen.

A betelepítést 1773-ban állította le Mária Terézia, és ennek hatása jól kivehető Keszthely népességének alakulásán is. A növekedés lelassult és már csak a természetes szaporulat miatt nőtt a falu lakossága. Az 1820-as évek után megtört a lendület, 1100-1200 fő körül stabilizálódott a falu lakossága. A település korabeli szerkezetét mutatja a 3. ábra. Ez a kor mezőgazdasági technológiai és a rendelkezésre álló tér szűkössége miatt természetes folyamat volt, a terület elérte a népességeltartó képességének határait.



3. ábra Keszthely 1841-ben, a II. Katonai Felmérés idején

Forrás: Második Katonai Felmérés (1806-1869)

A népesség növekedésével elfogyott a hely a kis völgyben. A falu nyugat felé, Esztergom és Dorog irányába épült tovább. Ebben az időszakban már nagyobb telkeken nagyobb házak épültek. Az 1780 után következő 60 évben négyszázzal bővült a falu népessége, de ennek a bővülésnek már jóval nagyobb volt a területigénye, a falu területe elérte a 3 km²-t.

A lakosság növekedése a dorogi bányászat kialakulásának idején

A következő hatvan évben Kesztlőc lakossága megduplázódott, az első világháború hajnalára elérte a 2000 főt. Ez az országos népességnövekedési átlag kétszerese. Nincsenek adataink 1880-ig, de feltételezhetjük, hogy a növekedés a kiegyezés után indult el. A technikai forradalom hatására hatékonyabb lett a termelés, és ez jótékony hatással volt a népesség növekedésére.

A bányászat előtt Kesztlőc fő bevételi forrása a szőlő és a bor volt. 1891-92-ben a filoxéra járvány kipusztította a kesztölci szőlők 80%-át. (Radovics, 2018) A tönkrement szőlősgazdák a környékbeli bányákban találtak munkát, ekkor alakult ki a Kesztlőcöt egy évszázadon keresztül jellemző kétlaki bányász-szőlőműves életmód. A kesztölciek alkalmazkodtak a helyzethez, a falu fejlődésén ezért nem hagyott mély nyomot a szőlőkatasztrófa.

A 4. ábrán jól látható, hogy a falu nyugati bejáratánál alakult ki a falu főtere. 1894-ben itt épült meg a kéttantermes kisiskola, ezt 1905-ben költöztették újabb iskolaépületbe, a falu akkori nyugati határához. A főtéren 1892-ben postát építettek, és 1905-ben megépült a községháza.



4. ábra 1872: kialakul a mai faluközpont

Forrás: Harmadik Katonai Felmérés (1869-1887))

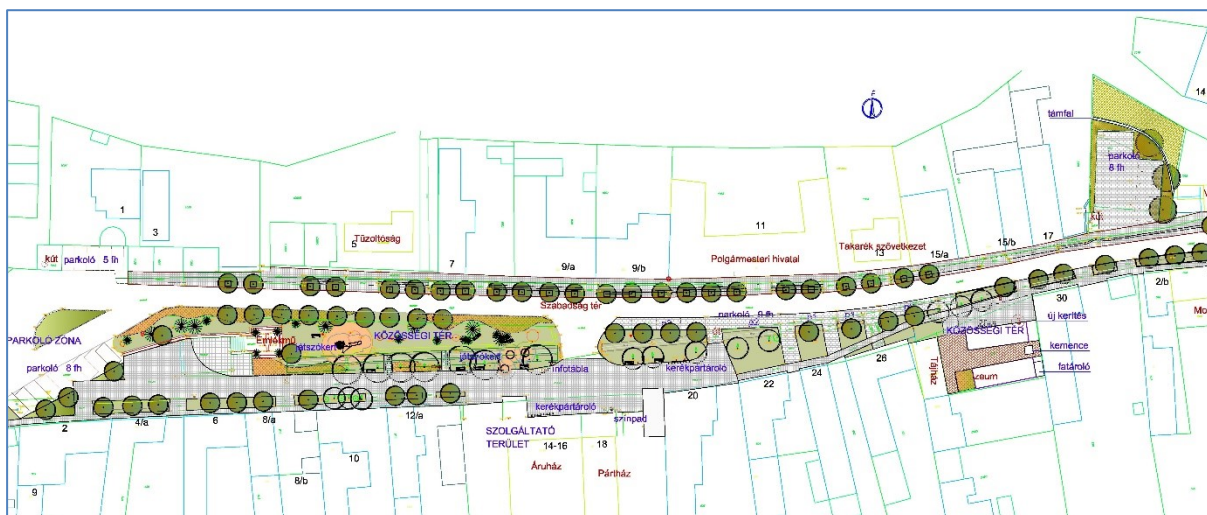
A klasszikus orsós szerkezet nem jött létre, mert a templom a falu feletti dombon épült meg. Ugyanakkor a telkek az utcára merőlegesek, és a tér az út mellett orsószerűen kitágul. Ez a településtípus elterjedt a Felvidéken, Kassa és a környékén például Felsőmecenézfalva valamint Szepsi. (Tamáska, 2011)



5. ábra Keszthely főtere az 1930-as években

Forrás: saját gyűjtemény

Az 5. ábrán bemutatott fényképfelvételen jól látszik, hogy az 1930-as években a főtérenél az utca kiszélesedett. Itt található az Önkormányzat, a régi, ma már helytörténeti múzeumként használt iskola. Ma boltok, klub, múzeum is van a hosszan elnyúló Szabadság téren. A mai tér inkább hasonlít egy hosszú utcára, mint térre. Ezért egy pályázati anyagban felvetettük a tér kisebb átalakítását és az orsós szerkezet visszaállítását.



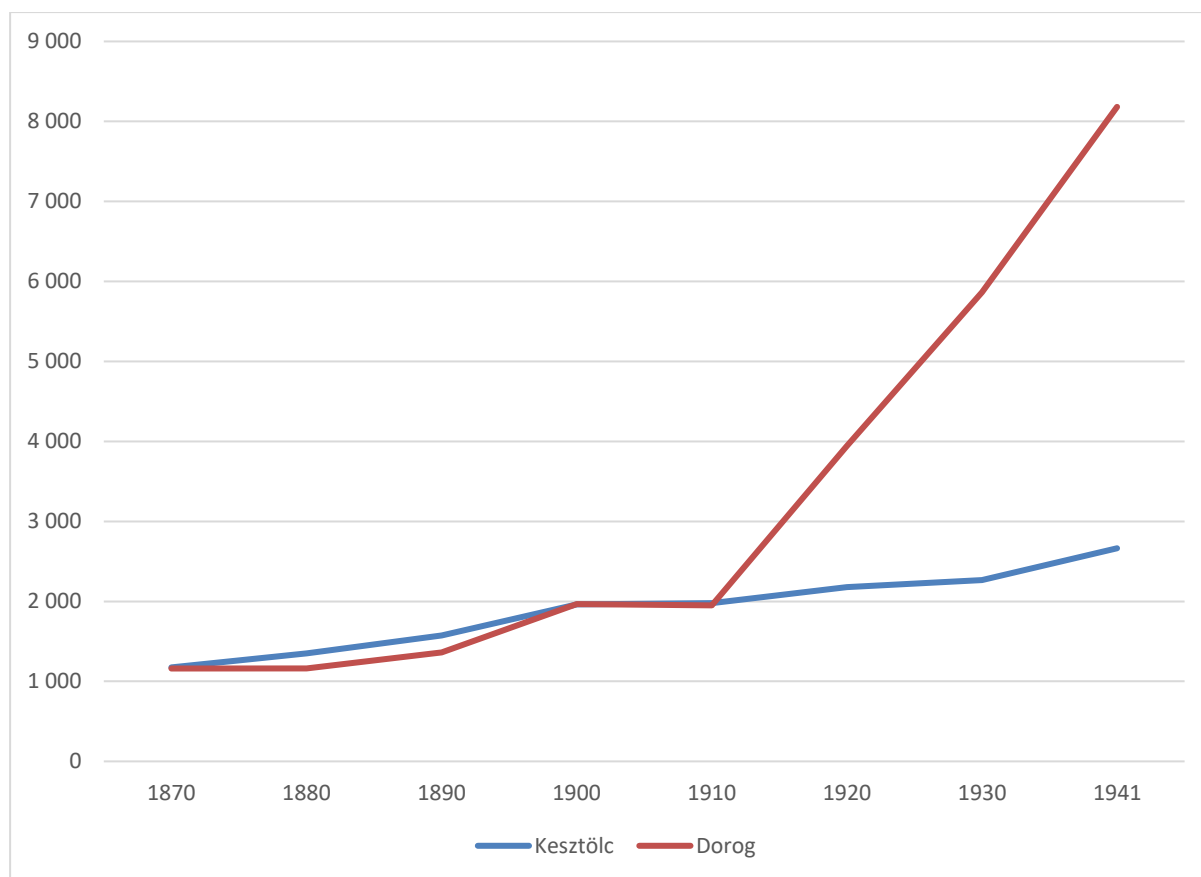
6. ábra Keszthely Szabadság tér koncepcióterv - Fényliget Kft

Forrás: Fényliget Kft, 2017

A javaslat lényege az volt, hogy az évtizedes fejlődés eredményeként leszűkült térnek visszaadjuk a közösségi funkciókat. A teret jelenleg parkoló autók foglalják el, erre több helyen rendezett megoldást kínált a javaslat.

Iparvidék mellett

Az 1800-as évek végének filoxéra-járványa, az I. világháború és a gazdasági válság komoly próbatételeket jelentettek a falu számára, de amint a 7. ábrán látható, a lakosság növekedése dinamikusan folytatódott, 1941-ben meghaladta a 2500 főt. Dorog ebben az időben lett a szénmedence bányászati központja, és ezzel időszakunkban közel kilencszeresére nőtt a népessége. De nem az volt a dorogi városfejlesztést irányító Schmidt Sándor bányaigazgató célja, hogy elszippantsa a munkaerőt a környező településekről, hanem az, hogy a falvakból bejárók számára helyben élhetőbb környezetet alakítsanak ki. (Kovács, s/a), (Kovács, 2003) A dorogi bánya ebben az időben a Salgótarjáni Szénbányákhoz tartozott, melynek tulajdonosa, Chorin Ferenc volt, aki elkötelezetten foglalkozott a munkások szociális problémáival, lakhatásával, oktatásával.



7. ábra Keszthely és Dorog népessége, 1870-1941

Forrás: saját szerkesztés (Központi Statisztikai Hivatal, 2011)

1929-ben a Schmidt által létrehozott Bányász Önszegélyező Egyesület a helyi bányászok anyagi hozzájárulásával a környező falvakban munkásotthonokat épített. Így épült meg a keszthelyi Munkásotthon (Schmidt, 1932), és 1933-tól óvoda is épült. Ezekben az években sok keszthelyi ment franciaországi és belga bányákba dolgozni, de a falu lélekszámán azért nem látszik, mert az olykor tíz évig tartó vendégmunkás lét után hazajöttek Keszthelyre. A franciaországi bányákból visszatérők kiadták házaikat, és ezekből a bevételeikből, valamint a kinti keresetükből sokan az Esztergomi úton vettek új házat. A falu tovább terjeszkedett Nyugatra.



8. ábra Kesztlöc az 1941-es katonai felmérés térképén

Forrás: 1941

Ebben az időben a 8. ábrán jól kivehető módon egyutcás szerkezet bontakozott ki. Az új telkek építővonalára hosszában, szalagszerűen halad utcáról befelé. Az utcai részen állt a lakóház, kamrafélék istállók egy fedél alatt vagy egymáshoz építve. A lakóházak hagyományos elrendezése háromosztású (szoba + pitvar + hátsószoba). (Radovics, 2018)

Kesztlöcön ma háromszáz pince van, ezek meghatározzák a település arculatát. A pincék nem csupán egy területre koncentrálnak: Kesztlöc szívében több utcában is csoportosan állnak, éppen úgy, mint a település beépített területének határán, hiszen a folyamatosan növekvő falu sorra bekebelezte őket. Többségük az 1900 évek tájára datálható. (Kassai-Szoó, et al., 2017)

A II. világháború következményei

A II. világháború azonban tartósan megváltoztatta a falu fejlődését. A háború és a Gulág kesztölci áldozataival, valamint a lakosságcsere kitelepültjeivel összesen 261 embert veszített a falu. (Marek, 2016) Összehasonlításképp, az I. világháborúban 35 kesztölci veszítette életét. (Radovics, 2018) A falu népessége nem bővíthetett, a lakosságot elszívta a nagy erővel fejlődő Dorog. Ez az időszak országosan sem kedvezett a Kesztlöchöz hasonló településeknek, a XX. század második felét a rohamos urbanizáció és a vidéki települések népességének csökkenése jellemezte.

Ugyanakkor a település területe tovább nőtt, elsősorban azért, mert a hatvanas évektől megnőtt az építetők helyigénye. A késsel jelzett terület az Újfalú. Ebben az időszakban a Jószerencsét TSZ volt a falu meghatározó gazdasági ereje. A szántóföldi növénytermesztés mellett volt kőbányája és a hetvenes évektől tapétagyára is a Tsz-nek. Az 1970-es évek elején kis üdülőtelkeket alakítottak ki Klastrompusztán. Az akkor logikus döntés mára nehezen kezelhető, szétaprózott területet jelent a falu turisztikailag legfontosabb pontján.

Az ötvenes évek kényszerkollektivizálása csak problémákat hozott, így a kesztölci TSZ sem volt sikeres. Azonban a hatvanas évek közepén új vezetés vette át a TSZ irányítását, és meglátták a lehetőséget az akkoriban központilag népszerűsített melléküzemági tevékenységben. A mézskőbánya a TSZ birtoka volt, ez volt a fejlesztések kiindulópontja. A TSZ legismertebb és legsikeresebb vállalkozása a tapétagyár volt. A kesztölci szövetkezet fénykorában két másik települést is összefogott, Leányvár és Piliscsét. A szövetkezet

támogatta a helyi iskolát, utakat építettek, és a nyereség egy részét visszaforgatták a falu fejlesztésébe.

Agglomerációs lendület a rendszerváltás után

A kilencvenes években összeomlott a tsz, megszűnt a tapétagyár és bezártak a környékbeli bányák. De Kesztlőc ezután is talpra tudott állni, új szerepkört talált magának. 1996-ban adták át a 117-es utat, ami Esztergomot köti össze a 10-es úttal. A kesztölciiek számára így Esztergom autóval 15 perces közelségbe került. Sokan éltek ezzel a lehetőséggel, és Kesztlőc nyugati határában új, kertvárosias településrész alakult ki.

Az új betelepülők újfajta politikai kultúrát, a közösségi média aktív használatát hozták magukkal. Feltételezzük, hogy a kertvárosi részre frissen beköltözők alvótelepülésként használják a falut. A 117-es út közelsége kínálja azt a lehetőséget, hogy a mindennapi életükhöz szükséges szolgáltatásokat Dorogon és Esztergomban vegyék igénybe.

A jövőre nézve kérdés, hogy megáll-e a falu népességének növekedése. Az Önkormányzat 14 új telket alakított ki a 117-es út közelségében, és lehetőség van összesen 40 telek kialakítására ezen a területen.

Következtetések

Kesztlőc elkerülte az elnéptelenedést, beolvadást, nem duzzadt fel lakossága kezelhetetlenül. A falu a mai napig őrzi jellegét, vonzerejét, legendáit. A település fejlődése során nyugati irányba, Esztergom felé bővült. Ez mára hosszan elnyúló, több központú település képét hozta létre, ami számos fejlesztési problémát vet fel. Az ófalu mára leromló, épületei, korszerűtlen környezete egyre kevésbé vonzó a kisvárosias szolgáltatásokat kereső fiatal beköltözők számára. A 117-es út mellett kialakuló kertvárosias rész nem integrálódik szorosan a faluba, az itt élők inkább alvótelepülésként használják a falut.

Egy későbbi tanulmány feladata lesz tisztázni a következő kérdéseket: Milyen földrajzi, gazdasági és mentalitás béli tényezők között jött létre ez a kollektív teljesítmény? Miért tudta ez a közösség évszázadokon keresztül megőrizni népességnövekedésének dinamikáját, települési infrastruktúrájának folyamatos fejlődését?

Irodalomjegyzék

1. (1941), M. K. F., dátum nélk. *Mapire.eu*. [Online]
Elérhető: <http://mapire.eu/hu/map/hungary1941/>
2. Anon., dátum nélk. *Első Katonai Felmérés (1763-1787)*. [Online]
Elérhető: <http://mapire.eu/hu/map/firstsurvey/>
3. Anon., dátum nélk. *Harmadik Katonai Felmérés (1869-1887)*. [Online]
Elérhető: <http://mapire.eu/hu/map/thirdsurvey/>
4. Anon., dátum nélk. *Második Katonai Felmérés (1806-1869)*. [Online]
Elérhető: <http://mapire.eu/hu/map/secondsurvey/>
5. Bél, M., 1769. *Esztergom vármegye leírása*. [Online]
Elérhető:
https://library.hungaricana.hu/hu/view/EsztergomKonyvek_012/?pg=0&layout=s
6. Csombor, E., dátum nélk. *Piliscsév története*. [Online]
Elérhető:

- http://www.sulinet.hu/oroksegtar/data/magyarorszag_i_nemzetisegek/szlovakok/piliscsev/300_ev_a_pilisben/pages/magyar/003_piliscsev_tortenete.htm
[Hozzáférés dátuma: 14 2019].
7. Fényliget Kft, 2017. *Kesztölc Szabadság tér koncepcióterv*, Budapest: Kézirat.
 8. Kassai-Szoó, D., 2017. *Kesztölc Települési Arculati Kézikönyve*. [Online]
Elérhető:
http://kesztolc.hu/data/attachments/2017/08/31/074435/Keszt%C3%B6lc_Telep%C3%BC1%C3%A9si_Arculati_K%C3%A9zik%C3%B6nyv.pdf
[Hozzáférés dátuma: 13 11 2017].
 9. Kassai-Szoó, D., Kedves, Z. & Lukács Péter, 2017. *Kesztölc Települési Arculati Kézikönyv*. Kesztölc: Kesztölc Község Önkormányzata.
 10. Kovács, A., 2002. *Régi katonai topográfiai térképek szelvényezése*. [Online]
Elérhető: <http://lazarus.elte.hu/hun/digkonyv/szakdolg/kovacs-aniko/dolg.htm>
 11. Kovács, L., 2003. *A művészetpártoló Schmidt Sándor*. [Online]
Elérhető: <http://epa.oszk.hu/00000/00016/00086/030625.htm>
 12. Kovács, L., s/a. *A mecénás és a szociálisan érzékeny Schmidt Sándor életművéről*. [Online]
Elérhető: <http://www.jamk.hu/ujforras/010317.htm>
 13. Központi Statisztikai Hivatal, 2011. *Területi adatok – Komárom-Esztergom megye*. [Online]
Elérhető: http://www.ksh.hu/nepszamlalas/tablak_teruleti_11
 14. Marek, V., 2016. *Kesztölc, 1956*. Kesztölc: Keszölczi Önkormányzat.
 15. Petrás, G., 1797. *Canonica Visitatio*, Esztergom: ismeretlen szerző
 16. Piris, G. & Trócsányi, A., S/a. *A települések szerkezete*. [Online]
Elérhető: <http://tamop412a.ttk.pte.hu/files/foldrajz2/ch03s04.html>
 17. Pro Arch Kft, 2010. *Kesztölc Településrendezési Terv*. Budapest: Kézirat.
 18. Radovics, I., 2018. *Kesztölc története*. 3. szerk. Kesztölc: Kesztölc Község Önkormányzata.
 19. Schmidt, S., 1932. *Az esztergomi szénmedence bányászatának ismertetése*. [Online]
Elérhető:
https://library.hungaricana.hu/hu/view/EsztergomKonyvek_158/?pg=200&layout=s
 20. Szőke, M., 2015. *A garamszentbenedeki apátság alapítólevelének nyelvtörténeti vizsgálata*. [Online]
Elérhető: <http://mek.oszk.hu/13900/13947/13947.pdf>
 21. Tamáska, M., 2011. *Történeti városközpontok örökséghelyzete a Felső-Bódva mentén*. [Online]
Elérhető:
[https://library.hungaricana.hu/hu/view/BFLV_urbs_06_2011/?query=SZO%3D\(szobor\)&pg=262&layout=s](https://library.hungaricana.hu/hu/view/BFLV_urbs_06_2011/?query=SZO%3D(szobor)&pg=262&layout=s)

GONDOLATOK A HAZAI TELEPÜLÉSFEJLESZTÉSRŐL A LEGKISEBBEK SZEMSZÖGÉBŐL**THOUGHTS OF THE HUNGARIAN SETTLEMENT DEVELOPMENT IN PERSPECTIVE OF THE SMALLEST****Tóth Tamás¹, Oláh Izabella²**¹egyetemi tanár, ²tanársegéd^{1,2}Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
E-mail: toth.tamas.argi@gtk.szie.hu; olah.izabella@gtk.szie.hu,**Összefoglalás**

A hazai településfejlesztéshez kapcsolódó alapvetések áttakintését követően, a legkisebb települések szemszögéből mutatjuk be ezt a témát. Magyarország kis-, apró- és törpetelepüléseinek vizsgálata során az utóbbi évtizedben sok eredmény látott napvilágot. Ezek a kutatások a települések jellemzőit, karakterisztikáját festették le, és igyekeztek a főbb problémaköröket is feltárni. Ezen vizsgálatokhoz szeretnék hozzájárulni, kitérve a Magyar Falu Program elindításával nyíló lehetőségekre, valamint felhívva a figyelmet arra, hogy ezen a problémakörön belül még sok munka vár ránk. Számtalan ilyen programra lesz szükség a meglévő és folyamatosan keletkező problémák megoldása érdekében.

Abstract

After reviewing the basics related to national settlement development, we present this topic from the perspective of the smallest settlements. During the examination of the small, tiny and pigmy settlements of Hungary, many results have been revealed in the last decades. These researches highlighted the characteristics of the settlements and tried to explore their main problems. We would like to contribute to these studies by discussing the opportunities for launching the Hungarian Village Program and by pointing out that there is still a lot of work to do in this areas. Numerous programs similar to Village Programs will be needed in order to solve existing and ongoing problems of these settlements.

Kulcsszavak: településfejlesztés, kistelepülések, Magyar Falu Program**JEL besorolás:** R11, H1, H75, P25**LCC:** JS39 8500, HT390-395**Bevezetés**

A regionális szakma talán legnagyobb hazai tudósa Enyedi György professzor úr is leírta, hogy a folyamatos területi változások a területi egyenlőtlenségek előidézői közé tartoznak. Ezek a változások hatással vannak a terület gazdasági növekedésére, térbeli fejlődésére egyaránt, valamint mindezek mellett befolyásolják a versenyképességet, hatással vannak az ott élők életszínvonalára és életkörülményeire egyaránt. Azon okból kifolyólag, hogy a tér más-más pontjain különböző adottságok állnak rendelkezésre, a fejlődés is eltérő módon és irányban valósul meg. Ez az eltérés érinti mind a humán, társadalmi, gazdasági, infrastrukturális mind pedig a környezeti adottságokat. A térségek az erőforrás-különbségekből adódóan más módokon stimulálják a gazdaságot (Enyedi 2004).

A település a társadalmi tér mesterségesen létrehozott, eltérő nagyságú alapegysége, amelyben a legfontosabb és leggyakoribb társadalmi-gazdasági tevékenységek (az ún. „társadalmi

alapfunkciók”) a térben koncentráltan vannak jelen. Társadalmi alapfunkció a lakás („lakni valahol”), a munkavégzés, az oktatás-képzésben való részvétel, a létfenntartással kapcsolatos tevékenységek (pl. bevásárlás), valamint a szabadidő-eltöltés módjai (Berényi 1992).

A településtudomány a települések alaktani tulajdonságait, épített környezetének jegyeit, társadalmi és gazdasági funkcióiból fakadó működési jellemzőit, közlekedési elérhetőségét stb. kutatja. Miközben szintén használja a város fogalmát, nem foglalkozik a városok jogállásával. Ily módon nem „községeket”, hanem falvakat vizsgál, nem különít el a közigazgatási határon belül bel- és külterületet, hanem városrészek és tanyák működési sajátosságait igyekszik feltárni.

Anyag és módszertan

A tanulmány alapvetően számos egymástól jó elkülöníthető forrásból építkezik. Egyrészt az intézet munkatársaival számos önkormányzati projekt keretében, igen gazdag vizsgálati minták felhasználásával tettünk javaslatokat az önkormányzatok gazdaságfejlesztési feladatainak támogatására. Más részről kutatótársainkkal már évek óta vizsgálunk magyarországi 1000 fő alatti településeket a helyi gazdaságfejlesztési lehetőségeit elemzve, körvonalazva azok sajátos területi tökeellátottságát. A települések helyzetfeltárása kapcsán keletkezett eredmények alapján különböző településcsoportokat lehetett lehatárolni, melyek megfogható jellegzetességgel bírnak. Ezekon felül vizsgáltunk különböző sikeres önkormányzatokat és azon belül keressük a sikeresség meghatározó elemeit, pl. legutóbb Csikvánd és Veresegyház tekintetében. A települések helyzetfeltárása egyaránt tartalmazott primer és szekunder vizsgálati elemeket. A felhasznált háttéranyagoknak a következő csoportját az az információs bázis adja, ami a Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézetben már évtizedek óta felhalmozódott és tovább bővült ami a tér, a települések működését, a gazdaságfejlesztés hatásait, jó gyakorlatait hivatott csokorba szedni és ami kiegészült a KÖFOP-2.1.2-VEKOP-15-2016-00001 azonosítószámú, „A jó kormányzást megalapozó közszolgálat-fejlesztés” elnevezésű kiemelt projekt keretében, a Nemzeti Közszolgálati Egyetem és a Szent István Egyetem együttműködésével készült a „Vidékbiztonság, a biztonsági környezet hatása a vidék versenyképességére” Államtudományi Kutatóműhelyben végzett kutatások eredményeivel.

Eredmények

Ebben a részben feltárjuk a témához kapcsolódó főbb irányzatokat, törekvéseket és megállapításokat, valamint kistelepülések szintjén elvégzett ide vonatkozó kutatások eredményeit is bemutatjuk. Ennek megfelelően tárgyaljuk a települések lehatárolását, jellemzőit, területi tervezés fontosságát rövid áttekintésben, majd kitérünk az apró- és kisközségi településszerkezet főbb jellemzőire is.

Településtudományi értelemben a város olyan központi szerepkörrel rendelkező település, amely számos környékbeli vagy tőle távolabb fekvő, általában nála kisebb lakosságszámú településre vonatkozóan kiterjedt gazdasági, szolgáltatási, egészségügyi, oktatási, kulturális és egyéb ellátási funkciókkal rendelkezik. A városokat a településtudomány két szempontból osztja fel. Egyfelől méretük (lakosságszámuk) másfelől a gazdasági-társadalmi életüket meghatározó funkcióik alapján (Köszegfalvi és Lloyd 1999).

A falu a városnál kisebb népességszámú, államigazgatási szempontból községi jogállású településkategória. Túlnyomó részük a természeti környezet adottságaihoz alkalmazkodó, azokat saját gazdasági céljaira hasznosító, laza beépítésű csoportos településforma, amelyet évszázadokon át főként a mezőgazdasági tevékenység jellemezett. A településrangsorban a

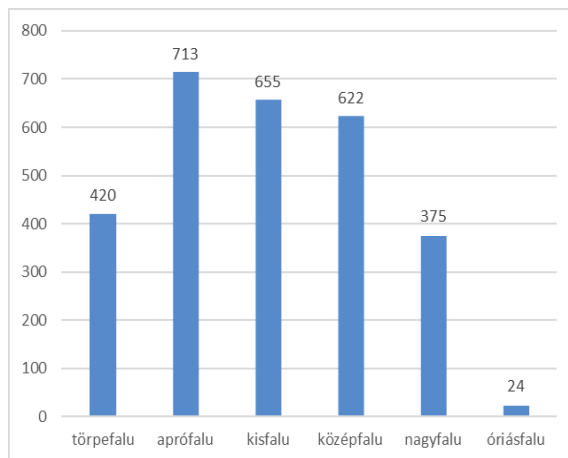
városok után következnek, de a településállományon belül számuk többszörösen meghaladja. A falu sajátossága, hogy gazdasági irányító és igazgatási jogköre többnyire csak a közigazgatási határig terjed (Áldorfainé et al., 2018).

A falvak közigazgatási területe településrendezési szempontból bel- és külterületre oszlik. A lakófunkció elsősorban a beépített belterületet, a gazdálkodási funkció főként a külterületet jellemzi, de ez az elkülönülés nem olyan éles, hogy kizárná mindkét funkció jelenlétét a település bel-, ill. külterületén. Az alföldi területeken sajátos külterületi lakott helyként jöttek létre a tanyák (Áldorfainé et al., 2018).

A faluhálózat különböző méretű falvakból áll, amelyek településtudományi szempontból 6 méretkategóriába sorolhatók: törpefalvak, aprófalvak, kisfalvak, középfalvak, nagyfalvak és óriásfalvak. Az egyes méretkategóriákba tartozó falvak területi szerkezete és működési sajátosságai eltérők. (1. ábra)

1. A törpefalvak 200 főnél kevesebb lakosú kisközségek.
2. Az aprófalvak 200-499 lakosú települések.
3. A kisfalvak 500–999 lakosú kisközségek.
4. A középfalvak 1000–1999 lakosú települések.
5. A nagyfalvak 2000–5000 fő, általában nagy területű települések.
6. Az óriásfalvak 5000 fő feletti lakónépességű (gyakran 10 000 lakosúnál is nagyobb) települések.

Magyarország kis-, apró- és törpetelepüléseinek vizsgálata során az utóbbi évtizedben sok eredmény látott napvilágot. Ezek a kutatások ezen települések jellemzőit, karakterisztikáját festették le, és igyekeztek a főbb problémaköröket is feltárni (Áldorfainé et al., 2018).



1. ábra: Községek megoszlása a falvak településkategóriái alapján, 2017 (db)

Forrás: KSH adatok alapján, Urbánné Malomsoki M.- Tóth T. saját szerkesztés 2018.

Az 1982-ben (1970-es adatokkal) publikált Magyarország falutípusairól szóló vizsgálat (Beluszky-Sikos 1982) - melyet később megismételt a szerzőpáros (2001-es adatokkal) mely eredményeit 2007-ben publikálta - során 7 fő falutípus került megalkotásra, 5 fő típuson belül pedig további 12 altípust határoltak le. Fontos leszögezni, hogy ezek a tipizálások elsősorban statisztikai alapokon nyugszanak. Az 1. számú táblázatban azokat a felutípusokat jelenítettük meg, melyek lélekszáma az apró-, kis-, illetve törpetelepülések jellegzetességeit hordozzák.

Megítélésünk szerint a Beluszky-Sikos szerzőpáros igen átgondolt és mint az idő próbája is mutatja szakmai szempontból is megalapozott típusrendszert alkotott, melyet számos kutató

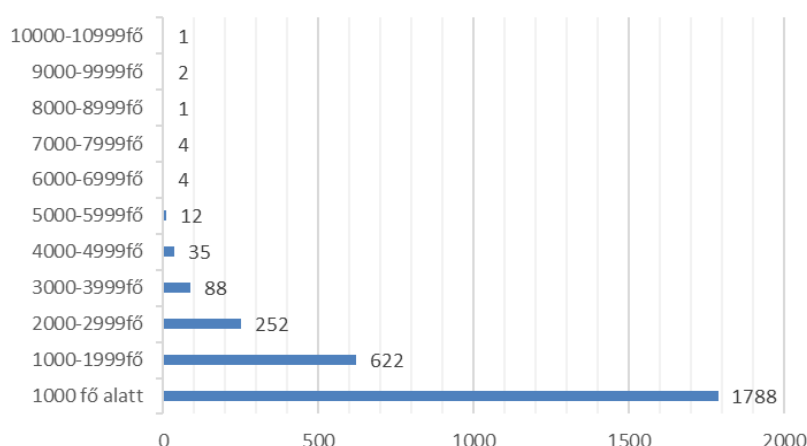
használt fel azóta is. Munkájuk azért is volt korszakalkotó, mert előtte igen kevés és inkább csak hasonlónak mondható elképzelés látott napvilágot, valamint ez volt talán az első olyan átfogó országos vizsgálat mely kellő statisztikai megalapozást kapott. Természetesen munkájukat (1982) számos előtanulmány- vizsgálat előzte meg, valamint azt az új lehetőségeknek megfelelően időszakosan pontosították.

1. táblázat: Falutípusok - Beluszky-Sikos megfogalmazásában

Falutípus	Altípus és megnevezés
IV. típus	<i>Idegenforgalmi szerepkörű falvak, fürdőhelyek</i>
VI. típus	<p><i>Jó munkaerő-piaci helyzetű, stabil társadalmú kistalvák, lakó és idegenforgalmi szerepkörrel.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ VI. 1. Jó munkaerő-piaci helyzetű, stabil társadalmú kistalvák, lakó szerepkörrel. ○ VI. 2. Kedvezőtlenebb demográfiai folyamatokkal, de számottevő idegenforgalmi szerepkörrel rendelkező kistalvák
VII. típus	<p><i>Rossz munkaerő-piaci helyzetű, fogyó népességű, hátrányos helyzetű, torzult demográfiai-társadalmi szerepkörű kistalvák.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ VII. 1. Gyorsan fogyó népességű, kedvezőtlen demográfiai struktúrájú, hátrányos helyzetű ingázó aprófalvak ○ VII. 2. Fogyó népességű, hátrányos helyzetű, számottevő agrárszerepkörrel rendelkező kistalvák ○ VII. 3. Igen rossz munkaerő-piaci helyzetű, szegény, de növekvő népességű, kedvező demográfiai mutatókkal rendelkező kistalvák. ○ VII. 4. Rohamosan fogyó népességű, rossz munkaerő-piaci helyzetű aprófalvak.

Forrás: Beluszky-Sikos, 2011 25p. alapján saját szerkesztés, 2018.

A 2. ábrán láthatjuk, hogy a községek közül a legtöbb (több mint 60%) 1000 fő alatti népességű. Ezek a települések jelentős hátránnyal rendelkeznek a többi, nagyobb méretű településhez képest munkaerőpiaci, állam-, köz- és szolgáltatásellátási szinten.



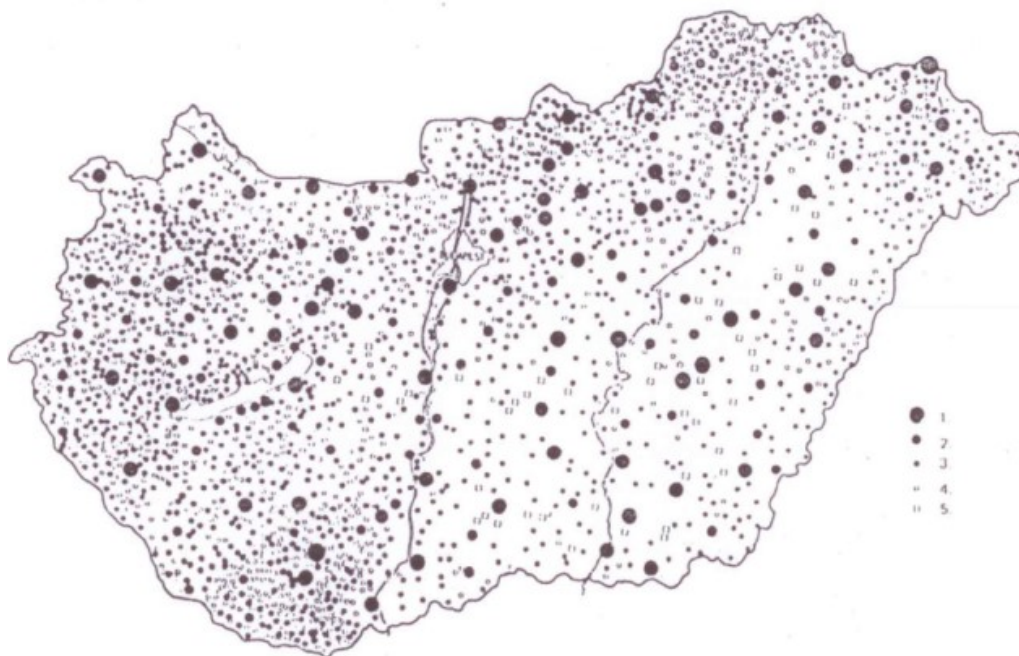
2. ábra: Községek és nagyközségek méret szerinti megoszlása Magyarországon, 2017 (db)

Forrás: KSH adatok alapján, Urbánné Malomsoki M.- Tóth T. saját szerkesztés 2018.

Rechnitzer (1998) a területi tervezés rövid áttekintése során megfogalmazta, hogy hazánkban a területi folyamatok szerepe az I. világháborút követően merült fel jelentősen. amikor is az ország 67%-át választották le. Ez nem csupán a területi átrendeződésben jelenett komoly változást, hanem hatással volt sok más mellett a közigazgatásra, gazdaságra, közlekedésre és a településhálózat arculatára és területalakító szerepére is. Ezt követték a második világháború során és következményeként felmerülő gazdaságát szervezési folyamatok, melyek ismét nagy hatást gyakoroltak a hazai településhálózatra.

Az elrendelt regionális tervek elkészítése eredményeként a településeket 3 nagy csoportokba sorolták (Hajdú 1989 in Rechnitzer 1998 alapján Oláh 2017) (3. ábra):

- Az első csoportba kerültek azok a települések, melyek melyek kiemelten fejlesztendőek voltak az öt éves terv szerint. Ezek többségében nagyobb beruházások célpontjai voltak (72 település).
- A második csoportba kerültek azok a városok, ahol a továbbfejlődést biztosítani szükséges – jellemzően regionális szempontból jelentősnek minősülő intézmények odatelepítésével.
- A harmadik „egyéb” települések csoportjába jellemzően falusi jelleggel bíró települések kerültek, melyek „csupán a helyi szükségletek kielégítése miatt érdemesek a fennmaradásra. Ezeket csupán részben vagy egyáltalán nem ajánlottak fejlesztésre”. Ezekre a településekre nem engedélyeztek beruházásokat, illetve a későbbi tervekben felmerült az is, hogy építési engedély sem adható ki. Ebbe a hármas „egyéb” csoportba sorolt településeket további két alkategóriára osztották:
 - nem fejlesztendő települések (a vitatható létjogosultsággal bíró települések)(800 település)
 - tanyaközpontok és eszmei községek (1300 település)



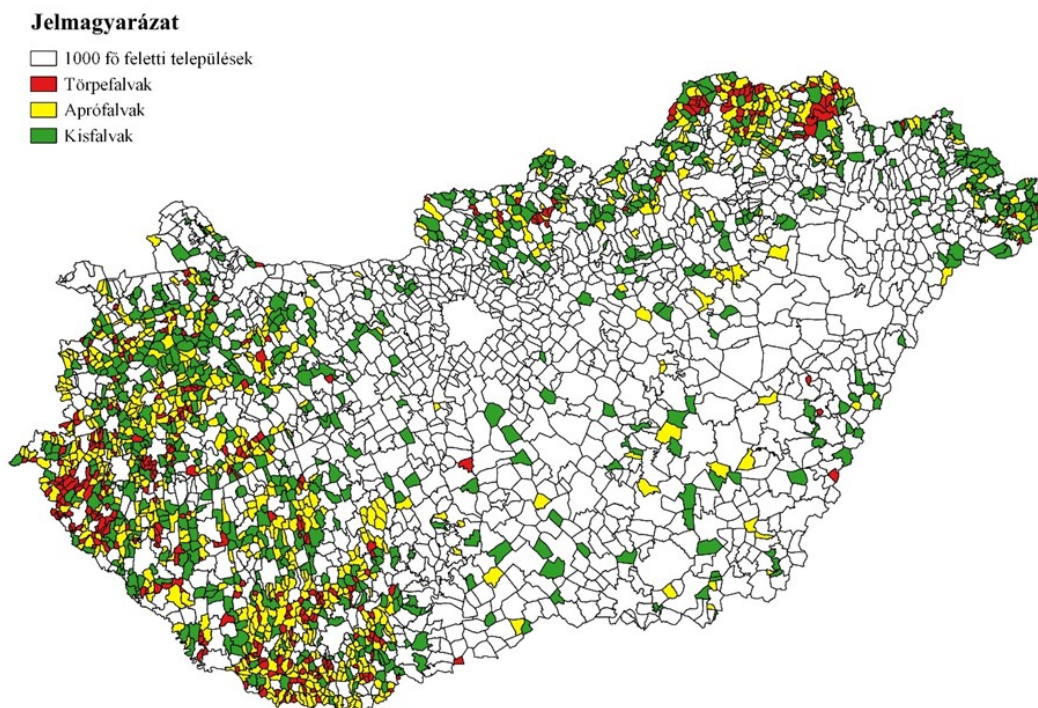
3. ábra: A települések osztályba sorolása a TERINT alapján (1951)

Forrás: Hajdú 1989 in Rechnitzer 1998, 137.p.

Magyarázat: Az ábrán az első három kategória a településkategóriáknak megfelelően alakul, 4-es számmal a nem fejlesztendő települések és 5-össel a tanyaközpontok és eszmei községek lettek jelölve.

Magyarország településállománya a XIX. század óta meglehetősen állandóságot mutat, annak ellenére, hogy mind a településpusztulásra, (vagy valamilyen oknál fogva a statisztikai megszűnésre) mind pedig az új települések keletkezésére számos példa adódik. Magyarországon nincsenek nagyobb, összefüggő területek, amelyek az emberi letelepedés számára alkalmatlanok lennének. A népsűrűség regionális különbségeit mindenekelőtt a gazdasági hasznosítás intenzitása alakítja. A megyei szinten mért népsűrűségben ugyan közel háromszoros különbségek is adódnak, de még a ritkábban lakott megyék népsűrűsége is – európai viszonylatban- közepesnek mondható. Sokkal nagyobb különbségek mutatkoznak a településsűrűségben. Ebből a szempontból markánsan eltérő térségekre különül el az ország. Míg az Alföldön 1,3-1,4 település jut 100 km²-re, addig ez az érték a Dunántúl egyes megyéiben 6 felett van.

Az apró- és kistelepülés (1000 fő alatti népességű) településszerkezet kialakulásában jelentős szerepet játszott a domborzat, hiszen főként a hegyes-dombos területeken alakultak ki az aprófalvak a termőföld népességeltartó képessége miatt (4. ábra). Lényeges volt a kisebb falvak számára a mezőgazdaság munkaerőigényének nagyfokú csökkenése, a szövetkezetek felbomlása, átalakulása, ezekkel együtt járó helyi munkalehetőségek drasztikus csökkenése, a kedvezőtlen természeti adottságok, a nagy piactávolságok, a lakosság kedvezőtlen korösszetétele, a jövedelemszerzési lehetőségek hiánya. Ennek megfelelően ezek a települések a munkahelyek szűkös rendelkezésre állása miatt szoros függésben állnak a hozzájuk közel eső központi szerepet betöltő településekkel. Általános jelenség, hogy az említett településeken a gazdasági tevékenység alacsony mértéke miatt nem képes felszívni a helyben meglévő munkaerőt a helyi gazdaság, így marad a gazdasági tehetetlenség és az egyre jobban feszítő munkahelyhiány (G. Fekete 2013).



4. ábra: Törpe-, apró- és kistelepülések (2007 és 2013 adatok alapján)

Forrás: KSH adatai alapján (Oláh, 2017).

Magyarázat: Törpe, apró és kistelepülések 2007-2013; Fehér: nem vizsgált területek; Piros: Törpefalvak; Sárga: aprófalvak; Zöld: kistelepülések

Ezen tényezők hatására a települések fejlődése lelassult, majd negatív irányba változott az aprófalvas területeken. Így a falvak lakossága (főként a magasabb iskolai végzettséggel rendelkező fiatalok) elhagyta települését, elvándorolt nagyobb községekbe, városokba.

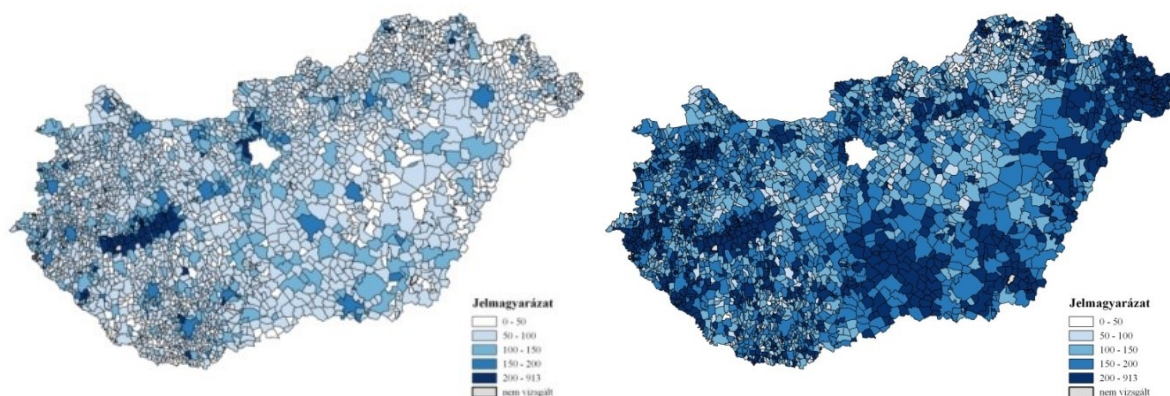
2. táblázat: Apró és kisfalvak számának aránya a megyén belül 2012 és 2017 között

	2012		2017
Vas	85,6 %	Baranya	86,7 %
Baranya	85,4 %	Zala	85,3 %
Zala	83,3 %	Vas	85,1 %
Somogy	73,9 %	Veszprém	75,1 %
Veszprém	73,7 %	Somogy	73,9 %
Borsod-Abaúj-Zemplén	63,4 %	Borsod-Abaúj-Zemplén	63,9 %

Forrás: KSH (2012 és 2017) alapján, Urbánné Malomsoki M (2013)- Tóth T. (2019)

A 2. sz. táblázatban láthatjuk azon megyéket és az apró és kisfalvak arányát, amelyekre ezen települési szerkezet leginkább jellemző a 2012-es és 2017-es éveket vizsgálva.

Bár a területfejlesztés településtörténet szempontjából igen kis időtávban is (öt év) mégis, kimutathatók nem elhanyagolható változások valamint az is megjeleníthető, hogy a sorrendek is változnak. Az apró- és kisfalvak helyzete ma hazánkban sok esetben reménytelennek tűnik. A település fejlesztése, munkalehetőségek teremtése nélkül ezen falvak jelentős hányadának fennmaradása hosszú távon nem lehetséges. Jelentős számú aprófalvat a kihalás fenyeget. A település házai vagy tönkre mennek, vagy jobb esetben üdülőként megvásárolják (és felújítják, átalakítják) őket. Ez utóbbi megmentheti a településeket, azonban közigazgatási szempontból hátrányos.



5. ábra: Ezer lakosra jutó regisztrált gazdasági szervezetek száma - GFO'14 (db) 2005., 2016. év

Forrás: KSH adatok alapján, Tóth 2018.

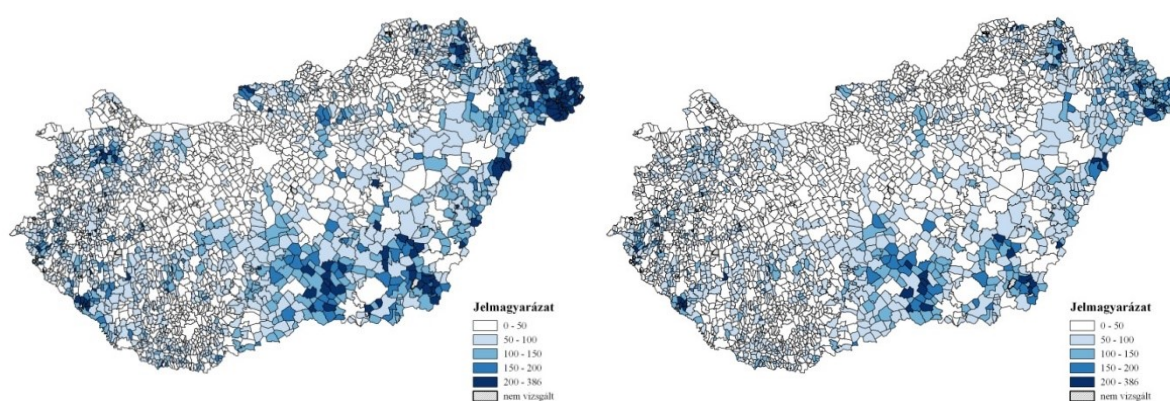
Az ezer lakosra jutó gazdasági szervezetek számának vizsgálatakor első pillantásra is látható, hogy óriási változások mentek végbe tizenegy év alatt (az általánostól eltérő módon itt a 2005-ös és 2016-os éveket vizsgáltuk) (5. ábra).

Az időintervallum alatt a regisztrált gazdasági szervezetek számában igen komoly változás tapasztalható, majd országos viszonylatban a KSH adatai alapján. Ebből a folyamatból viszonylag kevés település maradt ki, vagy az országos átlagtól alacsonyabban teljesített, de ezek közt az apró törpe és kis falvak igen nagy arányban vannak jelen. Természetesen a

gazdasági szervezetek számának változása nem feltétlenül hozza magával a hatékonyabb gazdasági működést.

Feltételezésünk szerint ez inkább azzal hozható összefüggésbe, hogy a vizsgált időszak közepén megrázta országunkat is a gazdasági világválság. Ez különböző gazdasági szervezetek átalakulásához vezetett, valamint az elmúlt időszakban számos kormányzati és Uniós támogatás és intézkedés segíti a különböző gazdasági szervezetek létesítését és működését.

Többek között számos szervezet működéséhez kapcsolódó adminisztrációs és adózási szabály is változott, melyek ösztönzőleg hathattak ilyen szervezetek működtetésére és létesítésére. Valamint a válság után újabb működőképes vállalatok és vállalkozások jöttek létre. Ezt a folyamatot ösztönözték az ez idáig stabilan befolyó Uniós támogatás is, de ezek a változások mind az jóllátszik nem a belső és külső perifériákon mentek végbe (5. ábra).



6. ábra: Ezer lakosra jutó regisztrált őstermelők száma (db) 2009., 2016. év

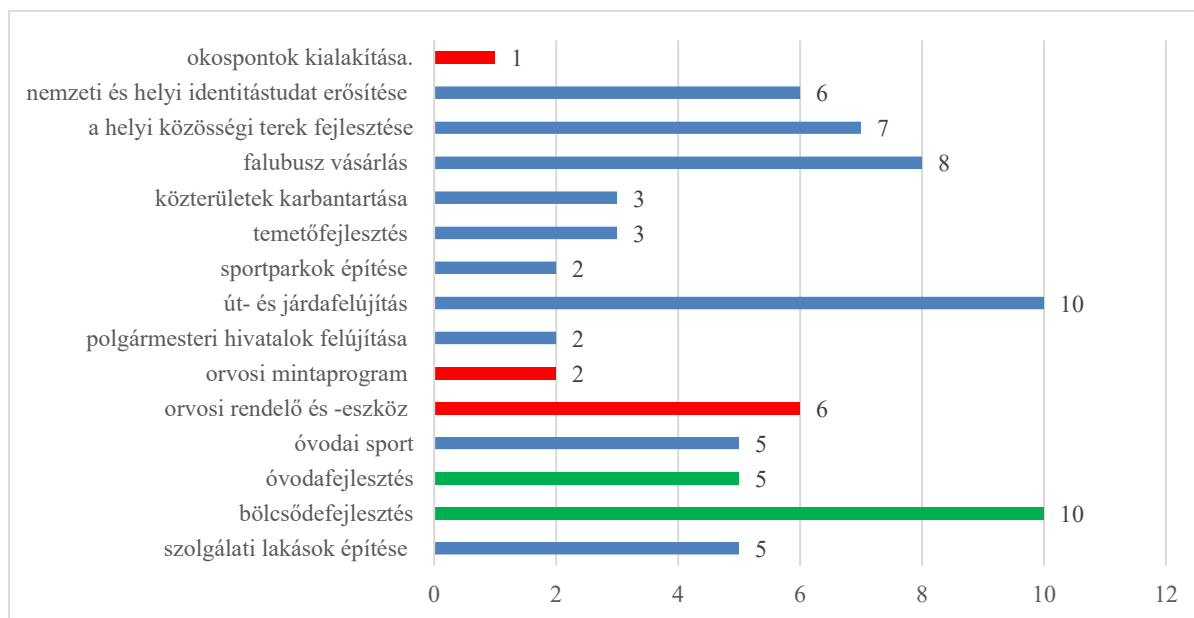
Forrás: KSH adatok alapján, saját szerkesztés 2018.

A vidék, az apró-, törpe- és kistalvak túlélése szempontjából alapvető az ágrár ágazat működésének a volumene és struktúrája, ebből a szempontból érdemes pár gondolatot szentelnünk a mezőgazdasági őstermelők köréhez kapcsolódó változásoknak. Az mezőgazdasági őstermelők tekintetében az ágazat működése szempontjából talán az egyik legnagyobb számú csoportról beszélünk, bár ezen szereplők ágazaton belüli fajlagos szerepe már nem olyan markáns.

A 6. ábrán bemutatott hét évben igen komoly változás történt az őstermelők számában és azok területi megoszlásában is. Úgy tűnik, hogy ez a változás több okra vezethető vissza. Egyrésztől többen felhagytak ezzel a tevékenységgel (vagy már be sem jelentik...), valamint bevezetésre került az őstermelői kártya, tehát az őstermelőknek egy komolyabb regisztrációs folyamatban kell részt venniük, amiben már többen nem vettek részt. Meglátásunk szerint ez a csökkenés nem okoz problémát az ágazatban, sőt a közösségekben sem. Amennyiben ezeket a tevékenységeket más gazdáknak tudják átadni, akkor egyrésztől komolyabb hatékonysággal lehetnek mind saját maguk, mind az adott település gazdaságának és ezen keresztül a közösségének hasznára. Másrésztől azonban csökken vagy feladásra kerül a szerves területi kötődésük, amely gyengíti a vidék megtartó erejét, erősítve az elvándorlási hajlandóságot.

A Magyar Falu Program

A Magyar Közlöny 196. számában megjelent 1669/2018. (XII. 10.) számú kormányhatározat alapján a 2019-es költségvetési időszakban 75 milliárd 265 millió forint fordítható a Magyar Falu Program keretein belül lakhatásra, közszolgáltatásokra, valamint közösségi terek kialakítására. A program az 5000 fő alatti lélekszámmal rendelkező települések számára nyújt finanszírozási lehetőséget. Ez a közel 75 milliárd forint az alábbi alprogramok között oszlik meg (7. ábra).



7. ábra: A támogatás megoszlása az alprogramok között (Mrd Ft.)

Forrás: Magyar Közlöny 196. száma alapján saját szerkesztés (2019)

Eredmények

A vizsgált településtípusok elemzése, működési dimenzióiknak értelmezése mind a sikeres, mind pedig a kifejezetten sikertelen települések és térségek, valamint a fejlesztési beavatkozások oldaláról is hangsúlyos. Mindezek alapján remélhetőleg a településfejlesztési politika céljai, intézkedései és forrásai érdemben változtatni tudnak a településeket érintő társadalmi és gazdasági gondokon, és a megfelelő szintű jövedelem és életszínvonal biztosításán keresztül érdemben hozzájárulnak a települések hatékony és biztonságot megalapozó versenyképességének kialakításához, a működési feltételrendszerének javításához.

Ha úgy gondolnánk, hogy az iménti - valljuk be őszintén – paternalista mondattal el lehet intézni a kérdést akkor itt be is fejezhetnénk a gondolatmenetet, de mint sejtik korántsem ilyen egyszerű a helyzet. A települések működtetése, a gazdasági/társadalmi dimenzióik hatékony gondozása közös ügyünk, melyben minden érintettnek (akár közvetlenek vagy közvetettnek) feladata és kisebb nagyobb felelőssége van.

Meglátásunk szerint a majdan sikeresen záruló Magyar Falu Program, a feltárt belső igényeknek és a valóban égető problémáknak csak egy részét csillapíthatja. Félő, hogy a problémák mélységét érzékelve csupán felületi kezeléstről lehet szó. A mélyben húzódó gyökerproblémákra nem jelenthet valós megoldást. Mindenesetre kiindulásnak igen ígéretes.

Következtetések

A vidék fontossága nem hangsúlyozható eléggé. További komplex fejlesztések szükségesek, és az alulról jövő, valós igényeket kielégítő kezdeményezésekre érdemes a hangsúlyt fektetni mindamelllett, hogy az alapokat rendbe tesszük. Nem szabad megfélekedni a megvalósuló jó projektek generátor hatásáról sem.

Ezeket túl úgy látjuk, hogy a településeken végbemenő minőségi változásoknak alapja, az átgondolt széles társadalmi alapokon (elfogadottság, közösség bevonása, transzparencia stb.) nyugvó tervezés és programozás megvalósítása, majd a tervek és programok mentén való haladás lehet, nem megfélekedve a környezeti és egyéb változásokból következő és azokhoz igazodó esetlegesen szükségszerű korrekciók elvégzéséről.

A lehetőségeket csak olyan szakemberek tudják kihasználni, akik rendelkeznek mindazokkal a szakmai ismeretekkel, amelyek biztosítják számukra, hogy ebben a közegben kellő jártassággal mozogjanak. Ismereteiket a térség- és vidékfejlesztés szolgálatába tudják állítani, segítve ezzel a vidék eltartó-képességének növelését.

Komplex megoldások alkalmazását javasoljuk, olyanokat mint amilyen a 2016-ban az Intézetünk és az Euromenedzser Kft. munkatársai által kidolgozott kézési rendszer volt, mely az önkormányzatok gazdaságfejlesztési feladatainak támogatására irányult megyei mentorok és a mentorok munkáját segítő szakemberek hálózatának a kiépítését célozta. Mert meglátásunk szerint, **olyan szakemberekre van szükség, akik ismereteiket ötvözni tudják a vidék egészében való gondolkodással, a multi-, és interdiszciplináris szemlélettel és a helyi gazdasági szereplőkkel (önkormányzat, helyi vállalkozások, helyi civil szervezetek és érdekképviseletek, polgárok) szorosan együttműködve hatékony és a társadalmi jólétet, „jóllétet” szolgáló térségi és helyi gazdaságfejlesztést tudnak véghez vinni.**

A különböző települések működésbiztonsága tehát kulcskérdés az állam stabilitása, biztonsága, fejlődése szempontjából. A jó állam nemcsak az élet feltételeit kell, hogy szavatolja, de az életminőség javítása érdekében is kell, hogy tegyen erőfeszítéseket, növelje a vidéki és városi terek versenyképességét, tegye élhetőbbé ezeket. Ahhoz, hogy az állam ezen feladatok elvégzésében sikeres lehessen fontos elem az alulról való építkezés, mert meggyőződésünk szerint sikeres települések nélkül nem tudunk sikeres államot sem építeni, sem működtetni.

Irodalomjegyzék

1. Áldorfainé Cz. L. – Némédiné K. K. – Péli L. – Urbánné M. M. (2018): Oktatási segédanyag – Regionális gazdaságtan, 2018 szeptember, Letöltve: (2018.03.06) http://www.rgvi.gtk.szie.hu/system/files/upload/course_material/reggazd_okt_segeda_nyag_201809vegl.pdf
2. Beluszky P. – Sikos T. T. (1982): Magyarország falutípusai. MTA FKI, Budapest
3. Beluszky P.- Sikos T. T (szerk.) (2011): Változó falvaink, Tizenkét falurajz Kercaszomortól Nyírkarászig, Akadémiai Kiadó, Budapest.
4. Berényi I. (1992): Az alkalmazott szociálgeográfia elméleti és módszertani kérdései. Földrajzi Tanulmányok 22. Akadémiai Kiadó, Budapest, 165 p.
5. Enyedi GY. (2004): Regionális folyamatok a poszt szocialista Magyarországon. Magyar Tudomány, 2004 (9), pp. 935-941. <http://www.matud.iif.hu/2004-09.pdf>
6. G. Fekete É. (2013): Az aprófalvak gazdasági megújulásának lehetőségei. – In. KOVÁCS K. – VÁRADI M. M.(szerk.): Hátrányban vidéken. Argumentum Kiadó, Budapest. pp. 352-363

7. Hajdú Z. (1989): Az első „Szocialista” településhálózat-fejlesztési koncepció formálódása Magyarországon (1949-1951). *Tér és Társadalom*, 1 sz. pp 6-11.
8. Kőszegfalvi GY. – Loydl T. (1999): *Településfejlesztés*, ELTE ötvös Kiadó, Budapest 162 p.
9. Magyar Közlöny 196. szám Magyarország Hivatalos Lapja 2018. december 10., hétfő
Letöltve (2019.03.06)
file:///C:/Users/OI%C3%A1h%20Izabella/Desktop/MK_18_196.pdf
10. Oláh I. (2017) 1000 fő alatti települések vizsgálata Magyarországon 167 p. Szent István Egyetem Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola
11. Rechnitzer J. (1998): *A területi stratégiák*. Dialógus Kiadó, Budapest-Pécs 348.p.
12. Tóth T. (2019): *Sikeres/jó önkormányzati működés gazdaságbiztonsági és szociális/társadalmi biztonsági dimenziói*, Szent István Egyetemi Kiadó, Gödöllő 147p.
13. Urbánné M. M. (szerk.) (2013): *Településfejlesztési szemelvények*, SzIE GTK kézirat

A HÁBORÚ UTÁNI ÚJJÁÉPÍTÉS KÉRDÉSE ÉS A NEMZETKÖZI SZERVEZETEK SZEREPE

THE MATTER OF POST-WAR RECONSTRUCTION AND THE ROLE OF INTERNATIONAL ORGANIZATIONS

Zaien Samir

Tanszéki mérnök

Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

E-mail: zaien.samir@gtk.szie.hu

Összefoglalás

Nem kétséges, hogy a konfliktus utáni helyzetek fizikai újjáépítést igényelnek. Ugyanakkor egy jól fejlett civil társadalom a független médiával és a megbízható rendőrséggel és igazságszolgáltatással egyaránt alapvető fontosságú a fizikai újjáépítéshez a fenntartható gazdasági növekedés és stabilitás megszerzése érdekében. A konfliktus utáni helyzetekben a újjáépítésnek túl kell lépnie az infrastruktúra és a szolgáltatások rekonstrukciójának technikai vonatkozásain . Emellett lényegében emberi dimenziót is kell tartalmaznia, amely segíti az emberek civil társadalomba való visszailleszkedését.

A nemzetközi nem kormányzati szervezetek szerepe akkor fog teljesülni, amikor a civil társadalom által támogatott kormányzati struktúrák teljes mértékben képesek átvenni feladataikat, amely hitelességgel (pl. Politikai és gazdasági hajlandóság, pártatlanság és elszámoltathatóság) és megvalósíthatósággal (konkrét kapacitással és szakmai hozzáértéssel) párosul.

A nemzetközi szervezetek egyre növekvő szerepe miatt, amely túlmutat az adományozók érdekein, hogy e szervezetek érdekeit képviselik, és függetlenek a célok elérésének egyszerű eszközeitől, részletesebben meg kell vizsgálni őket, hogy megismerjük az általuk játszott új szerepeket és a globális hatalmi egyensúlyra, valamint a háborúban szétszakadt államok nemzeti szuverenitásra gyakorolt hatásukat.

Abstract

There is no doubt that post-conflict situations call for physical reconstruction. However, a well-developed civil society along with independent media and a reliable police and jurisdiction are equally essential to physical reconstruction for obtaining sustainable economic growth and stability. Reconstruction in post-conflict situations must go beyond the technical aspects of reconstructing infrastructure and services. It also, essentially, should include a human dimension, calling for a reintegration of people into civil society.

The role of international NGOs will be accomplished when the governmental structures, supported by civil society, are completely able to take over their tasks, with credibility (e.g. political and economic willingness, impartiality and accountability) and feasibility (concrete capacity and professionalism).

Kulcsszavak: *háborúk, újjáépítés, nemzetközi szervezetek, nem állami szervezetek, harmadik világ*

JEL besorolás: *Z13*

LCC: *HJ8101-8899*

Bevezető

A hidegháború vége után megváltozott a világrend, a nemzetek közötti háború fenyegetése csökkent, ezzel együtt a béke megteremtésének lehetősége folyamatosan növekedett.

Azonban ahelyett, hogy a szabályozott gazdaságból a piacgazdaságba, a kommunizmus rendszeréből pedig egy demokratikus rendszerbe történő, békés átmenet következett volna be, egy új típusú konfliktus alakult ki a fejlődő és a korábbi gyarmati országokban.

Ezek az úgynevezett kilencvenes években kialakuló tendenciák, amelyek közül az utóbbi a világ különböző részein egy új, tartósan fennmaradó jelenség formájában mutatkozott meg. Az első időszakban, a hidegháború idején a jelenség az Arab- Perzsa Öböl menti térségre korlátozódott, a két szuperhatalom egyikének bukásával egy időben azonban a térség országainak többségében háborúk törtek ki.

A háború ezen új formájának hátterében főként faji kérdések, a vallás, a természeti erőforrások és az energiaforrások álltak, és a korábbiakhoz hasonlóan megtörte az önrendelkezés elvét támogató, nem kormányzati csoportok által szervezett, országokhoz szorosan nem kötődő, korábbi háborús szabályokat.

Ezek a konfliktusok a társadalmak felbomlásához, a kereskedelem leromlásához, a mezőgazdaság tönkretételéhez vezettek, amellyel párhuzamosan a magas munkanélküliséggel és a külső finanszírozás hiányával is meg kellett küzdeni.

Mivel a konfliktusok után nem volt törvényes kormányzati struktúra, a hatalomgyakorlás hagyományos eszközei megsemmisültek vagy jelentősen meggyengültek.

Mindeközben a rendőrség és az igazságszolgáltatás intézményeiben és szerveiben, amelyek gyakran a probléma részét képezték, a demokratikus intézményrendszer alacsony színvonalon működött vagy teljesen hiányzott.

Ilyen körülmények között a konfliktusok állandóvá váltak, gyorsan kiterjedtek a szomszédos országokra és így az egész régiót érintették. A tendenciák hatására az ENSZ felmérte, hogy a kialakult helyzet hogyan befolyásolja a nemzetközi közösség működését, illetve az egyes országokat, ideértve a konfliktusok tovább terjedésének lehetőségét is.

A háború utáni újjáépítés kérdése mindig időszerű, egybeesik a háborúk új generációjával, amely nagyban befolyásolta a nemzetközi körülményeket. A konfliktusok idején az alapvető humanitárius és élelmiszersegélyek, menedékhelyek és egészségügyi szolgáltatások biztosítása mind a nemzeti, mind a nemzetközi szereplők számára kiemelt fontosságú. A béke megállapodás aláírása a háború hivatalos végét jelenti, és egy másik, konfliktus utáni szakasz kezdetét jelzi, vagyis az újjáépítés szakaszát. Ebben a folyamatbankét- vagy többoldalú szervezetek dolgoznak közösen a nemzeti kormányokkal, hogy eldöntsék, milyen módon kezeljék és mire fordítsák a rendelkezésre álló pénzt a háborúval érintett országok gazdasági és társadalmi újjáépítésére. De a háborúból a békére való áttérés nem olyan egyszerű és zökkenőmentes, mint amilyennek látszik.

A sürgősségi segélyezés, a rehabilitációt és fejlesztést célzó segítségnyújtás gyakran nehezen elérhető, és ezeknek a programoknak a stabil működtetése is akadályokba ütközik. Ez a probléma különösen a béke kezdeti időszakában jelentkezik, amely a megállapodások megkötésével és a katonai erőszak csökkenésével stabilizálódik. Fontos szempont a sürgősségi segélyekről a hosszú távú segítségnyújtásra való áttérés, valamint a nemzetközi adományozók

körében a társadalmi és gazdasági fejlődés bizonyos formáinak elérése. Az újjáépítés egy széles spektrumot átfogó, összetett folyamat, a háború utáni társadalmi, gazdasági, politikai, sőt kulturális újjáépítés időszaka, amely nem egyik napról a másikra következik be. Gyakran nevezik fokozatos átmenetnek, ami nemcsak az új konfliktusok megelőzése szempontjából kulcsfontosságú, hanem döntő lépés a hosszú távú fejlődés felé is.

Célom, hogy a következő tanulmányban világosabb képet alkossak a nemzetközi szervezetek munkájáról a részvételnek ezen új formájában, hogy bemutassam, hogy milyen szerepet játszik a háború utáni államigazgatás helyreállításában. A szervezetek új generációja képes volt politikai szempontból is befolyást szerezni, amelyek közül néhány gazdasági fölényt ért el, míg mások a céljaik elérése érdekében csak az alulról történő építkezést kezdték meg.

A tanulmány az újjáépítés jelenségének és a háború utáni újjáépítés területén tevékenykedő nemzetközi szervezetek stratégiáinak elemzésére összpontosít.

A háború utáni újjáépítés meghatározása:

Az ENSZ Nemzetközi Béke megállapodás Kiegészítése a következőképpen határozza meg az újjáépítést: átfogó erőfeszítések olyan struktúrák azonosítására és támogatására, amelyek megszilárdítják a békét, a bizalom és a jólét érzését az emberek között a háborúk megszüntetéséről kötött megállapodások révén (Kreilkamp J.2004). Ez a folyamat magában foglalhatja a volt harcoló felek leszerelését, a rend visszaállítását, a menekültek hazatelepítését, tanácsadói szolgáltatásokat és a képzési támogatást a biztonsági és választási megfigyelő személyzet számára, az emberi jogok védelmének előmozdítására irányuló erőfeszítéseket, a kormányzati intézmények megerősítését és reformját, az állam békés és nem hivatalos szereplőinek részvételét a politikai folyamatokban.

A fenti meghatározás hatóköre és dimenziói bővültek. A folyamat jelenleg túlmutat a béketeremtéssel kapcsolatos tevékenységen, olyan programok megvalósítását és a pozitív béke kultúrájának előmozdítását foglalja magában, amely a különböző háború utáni stratégiák részét képező tevékenységek és programok meghatározására használható.

Ha csak gazdasági szempontból értelmezzük ezt kifejezést, ahogy számos közgazdász teszi, akkor az elképzelés „a háború által szétszakított társadalmak újjáépítésével foglalkozó politikai tevékenységeket” jelenti. Ebben az esetben, a gazdaságkutatókat célzó tevékenység stratégiák széles körét foglalja magában, amelyek célja a jelentős finanszírozást igénylő projektek ésszerű tervezése.

A Világbank a konfliktus utáni újjáépítést az alábbi módon határozza meg: „a konfliktushelyzetből a békés körülményekre való áttérést célzó támogatás nyújtása az ország társadalmi-gazdasági újjáépítésén keresztül”.

Az ENSZ második koncepciója a hosszú távú politikát tartalmazó újjáépítési stratégiák azonosításán alapul, beleértve a háború kiváltó okainak kezelésére szolgáló gazdasági és társadalmi megfontolásokat, amelyek alapján az alábbi új meghatározások jöttek létre (Doyle M & others,1995).

1. *Béke fenntartása:* Olyan átmeneti stratégia, amelynek célja az erőszak megismétlődésének megelőzéséhez szükséges feltételek megteremtése, feltéve, hogy mindegyik fél beleegyezik, és megfelel az ENSZ Alapokmánya VI. Fejezetében rögzített feltételeknek. Általában az újjáépítési folyamat részeként definiálják, mivel magában foglalja a gazdasági újjáépítés szempontjait is, az államon belüli intézményi

struktúrák, például a rendőrség, a katonaság és az igazságszolgáltatás rendszerének átalakítását, a választások nyomán követését és a civil társadalom kapacitásainak újjáépítését (Snaderson J.,2005).

2. *Béke megteremtése:* A békefenntartó műveletek mellett, a tárgyalások ösztönzésére és az erőszak alapjául szolgáló politikai konfliktusok megoldására való törekvés, az ENSZ Alapokmányának VII. Fejezetével összhangban. Ez a dokumentum az ENSZ, 1992-es általános békeszerződéskötési folyamatát tartalmazza, amely forradalmi, hosszú távú előrelépést jelentett a béketeremtésben a háború utáni országokban és társadalmakban. Ez minden területre kiterjedhet, mint például a gazdaság és az állami intézmények kiépítése, amely végül az újjáépítési stratégia átfogó részeként valósul meg (Snaderson J., 2005).

A harmadik és egyben a legvalószínűbb koncepció az alábbiakat határozza meg: „a status quo fenntartása érdekében, az államok újjáépítése és az újabb háború megelőzését célzó intézkedések” végrehajtás. Az újjáépítési tevékenységek végső célja az erőszak visszatérése elleni biztonsági sáv megteremtése. Az újjáépítést célja nem az, hogy önmagában biztosítsa a béke megteremtését, hanem az, hogy a tevékenység eredményeképpen minden olyan stratégia megvalósuljon, amely hozzájárul a konfliktus megszüntetéséhez és a törekeny és szétszakadt országok kapacitásának növeléséhez, amely a háború után történő újjáépítéshez szükséges. Talán az újjáépítés sikerének legfontosabb kritériuma az átfogó, hosszú távú stratégia megfogalmazása, amely minden korábbi részstratégiát is magában foglal, a fegyverek leszerelésétől és a tárgyalástól kezdve a politikai rendszer felépítéséig, amely a háborúban érintett államok belső és külső politikai folyamatainak működtetésére is alkalmas (Biehl P. 1994).

Az újjáépítési stratégia koncepciója:

Az újjáépítési stratégiát meghatározó tényezőket és tevékenységeket az idő, az érintett területek és a szereplők szerint határozhatjuk meg. Az egyes területeken előforduló problémák háttérében a legtöbb esetben az időtényező áll, mivel gyakran van szükség sürgős cselekvésre. Minden stratégia és annak sikere attól függ, hogy a kapcsolódó lépések milyen módon befolyásolják a válság körülményeit és jellegét, és hogy az újjáépítési stratégia mennyiben szolgálja a fejlesztési célokat (Sen A, 1999).

Röviden, a háború utáni újjáépítési stratégia az emberi potenciál felszabadulását és a kollektív lehetőségek kiterjesztését jelentette, amely megfelel az Amartya Sen által megfogalmazott értelmezésnek, miszerint az „újjáépítés maga a szabadság”, a megszabadulás az elnyomástól, a háborútól, a szegénységtől, a politikai rabszolgaságtól és mindenkitől, aki gátolja az emberek teljes és akadálytalan részvételét a jövő alakításában (Sen A, 1999).

Biztosan állíthatjuk, hogy a megfelelő újjáépítési stratégia kiválasztása nem független a gazdaságot és társadalmat meghatározó általános jövőképtől, valamint a külső korlátokat meghatározó kontextustól. Ennek részét képezi az az átfogó stratégia, amely során részletesen értékelnünk kell a szabadság és a múlt öröksége között lévő határokat és erőviszonyokat anélkül, hogy szem elől tévesztenék az újjáépítés hosszú távú céljait. Ez a perspektíva és a megszorítások adják a válság sikeres kezelésének és az újjáépítést szolgáló törekvések alapját (Lipsy R.G & K, 2005).

Előfordulhat, hogy az újjáépítési stratégiát is tévesen határozzuk meg, hiszen ez a kérdés sokkal összetettebb annál, mint nagy volumenű építési programok finanszírozása és lebonyolítása, illetve meghatározó nemzetközi építőipari cégek bevonása. A valódi kérdések középpontjában

a gazdaság, a társadalom és kormányzat rekonstrukciója áll, amelyet egymással párhuzamosan és késedelem nélkül kell megvalósítani.

A legmegfelelőbb perspektívát tekintve a gazdaság és a társadalom az újjáépítési folyamat szerves részeként jelenik meg, nem önmagában az építési projektek végrehajtására szolgáló eszközként (Lipsy R.G, 2005).

Az ENSZ és egyéb nemzetközi szervezetek kezdeti szerepvállalása a háborúk utáni állapotokban:

Az egyre gyakrabban előforduló konfliktusokat a nemzetközi közösség is aggályosnak tekintette, és választ keresett arra, hogy milyen módon akadályozhatná meg a szélsőséges erőszak és a humanitárius vészhelyzetek előfordulását, valamint hogyan tudna fellépni az egyes államokban és államok között előforduló emberi jogi jogsértések ellen.

Az Egyesült Nemzetek Szervezetének (ENSZ) Alapokmányában rögzített kötelezettségvállalás jellege és a beavatkozás felelőssége, valamint a feladatok ellátásához szükséges kapacitás növelése lehetővé tette, hogy az ENSZ az állami szuverenitás kérdésével foglalkozzon és lépéseket tegyen a háború megakadályozása érdekében. Az ENSZ Alapokmányának 2. cikke rögzíti, hogy a szervezetnek tartózkodnia kell az államok belügyeibe való beavatkozástól, amely több kérdést is felvetett, mivel a szervezet nem rendelkezett megfelelő tervekkel és beavatkozási programokkal.

A háborúk pusztító hatása azonban meggyőzte a szervezetet és az annak részét képező Biztonsági Tanácsot, hogy új beavatkozási és részvételi megközelítésre van szükség.

Így a kezdetekben a békefenntartó műveleteket azon mechanizmusok alapján alakították ki, amelyek a gyarmatosítás során és a második világháború után jöttek létre a konfliktusok kezelésére és a gyarmati hatalmak hiányából eredő hatalmi vákuum betöltésének eszközeként szolgáltak. Emellett, olyan tárgyalási mechanizmust hoztak létre, amely elősegítette a posztkoloniális konfliktusok tartós rendezését.

Fontos megjegyezni, hogy annak ellenére, hogy a XIX. század eleje óta léteznek nem állami szervezetek, amelyek olyan kérdéseknek szentelnek figyelmet, mint például a rabszolgaság elleni küzdelem, az elmúlt években nagymértékű változás és jelentős elmozdulás történt ezen szervezetek működésében. A tendenciák alapján, a területtel foglalkozó politológusok egyike, Lester M. Salamon ezt a jelenséget „az első globális szabályozási forradalom”-nak (I Global Association Révolution) nevezte el. Mindez, a fejlesztési diskurzus keretein belül, a nem állami szervezetek szerepének újradefiniálását és egyben a marginalizált csoportok képviselőitől valódi és nemes megközelítését jelentette.

A másik megközelítés pedig az, hogy néhány kutató megítélése szerint a nem állami szervezetek számos komparatív előnnyel rendelkeznek, amelyek, összehasonlítva az állam és a piac működésével, hatékonyabbá teszik őket mind a források elosztását mind pedig az újjáépítési folyamatot illetően. Ennek elsődleges oka, hogy hatékonyabb módszereket alkalmaznak, hogy hozzáférjenek a konfliktus által érintett területekhez, működési módjuk rugalmas, (ellentétben a szigorú szabályok mentén működő bürokratikus intézményrendszerrel), amely által könnyebben alkalmazkodnak a formálódó állapotban lévő, szétszakított közösségek igényeihez. Továbbá, innovatívabb készségekkel rendelkeznek a problémák kezelésében és a közszolgáltatások tekintetében, az általuk végzett műveletek költsége pedig alacsony. Helyzetük, a befektetés vonzó képességük és a finanszírozási

lehetőségekhez való hozzáférés tekintetében is kedvező. Végül, alulról jövő, részvételi megközelítés alkalmazásával közvetlen kapcsolatot tartanak az egyénekkal.

A nemzetközi szervezetek elsősorban a szolgáltatások biztosításában játszottak fontos és megkülönböztetett szerepet az elmúlt években. Szinte minden országban a működő rendszerek szerves, strukturális elemeként tevékenykedtek. Nagy erőfeszítést tettek annak érdekében, hogy fellépjenek az egyének kizsákmányolásán alapuló nemzetközi gyakorlatokkal és politikákkal szemben, és enyhítsék az ezekben a társadalmakban tapasztalható igen nehéz életkörülményeket. A háború alatt és azt követően is fontos feladatokat láttak el. A szervezetek célkitűzései között szerepelt az is, hogy gyorsan reagáljanak az aktuális helyzetek által támasztott követelményekre, valamint a helyi közösség igényeire a nemzetközi emberi jogi normákban rögzített alapvető jogok érvényesítésén keresztül. Feladataik közé tartozott a visszaélések és a jogsértések felderítése és nyilvánossá tétele számos kezdeményezésen és tevékenységen keresztül, valamint a konfliktusok következményeinek kezelését célzó sürgősségi és segélyprogramok végrehajtása.

A nemzetközi szervezetek jelenleg komoly átalakuláson mennek keresztül, nem csak a működési formát vagy az intézményi struktúrát illetően, de az irányvonalak és az ideológia tekintetében is. Ma újgenerációs szervezetek jönnek létre, amelyek céljait elsősorban a nyereségszerzés, a nemzetközi befolyás és a presztízs határozzák meg.

A ma működő nemzetközi szervezetek célja, akár kormányzati, akár nem kormányzati (a jogszabály szerinti besorolás alapján) szervezetekről, vagy a nemzetközi szupranacionális szervezetekről (ha elfogadjuk a földrajzi jellemzőket) beszélünk, hogy a háború sújtotta országok kormányaival együttműködve meghatározó szervezeteket hozzanak létre és olyan stratégiai keretek között működjenek, amelyek nem csak a háborús időszakokban, de a háborút követően is működőképeseek. Tevékenységük célja a társadalmak újjáépítése egy olyan keretrendszerben, amelyben gazdaságilag, kulturálisan és társadalmilag is egy egységet alkotnak, és amely segíti visszatartani őket egy újabb háborúba való részvételtől.

A kormányközi szervezetek és a nemzetközi nem kormányzati szervezetek munkájának metszéspontja a háborúk sújtotta országokban

Mivel a nemzetközi szervezetek ezeknek az államoknak a kormányai közötti nemzetközi egyetértés eredményeképpen jönnek létre, a nem kormányzati szervezetek a hatáskörükön kívül esnek, annak ellenére, hogy a nem kormányzati szervezetek hatással voltak olyan kormányzati szervezetekre, mint például az emberi jogi szervezetek. Mivel világossá vált az ilyen típusú civil társadalmi szervezetek kiterjedt hatása a nemzetközi politikára, az ENSZ, a Gazdasági és Szociális Tanács (ECOSOC) rendelkezésének 71. cikke alapján felszólította a tagállamokat, hogy hozzanak megfelelő intézkedéseket és eljárásokat a hatáskörükbe tartozó ügyekkel foglalkozó nem kormányzati szervekkel való konzultációt illetően, valamint, hogy a Tanács tegyen megfelelő intézkedéseket a konzultáció előmozdítása érdekében (Fracis S, 2008).

A szervezet, a definíció szerint meghatározott célú egyének csoportja, akik egy vagy több elérési útvonalat használnak a cél eléréséhez, illetve olyan jogalany, amely a létrehozóitól független, és amelyet a tagok közgyűlésén választott igazgatóság irányít (Fracis S, 2008). A szervezetek kétféle kategóriába sorolhatók: kormányzati szervezetek és nem kormányzati szervezetek. A kormányzati szervezetek az állam által létrehozott nemzeti kormányzati szervezetekre tagolódnak, amelyek irányítása és támogatása konkrét feladatok elvégzése alapján történik. Emellett működnek kormányközi nemzetközi szervezetek, amelyek létrejötte

egy nemzetközi konferencia eszméjének köszönhető. A nemzetközi szervezetek azonban a tagállamoktól függetlenül, autonóm módon működnek (Tongeron V, 1998).

A kormányközi szervezeteket az államok egymás között, nemzetközi egyezmény megkötésével hozzák létre, tagjai az államok. Nemzetközi jogi személyiséggel rendelkeznek, vagyis a nemzetközi jog határozza meg, hogy milyen jogosultságaik vannak, és milyen kötelezettségeket vállalnak. Részt vesznek a nemzetközi jog szabályainak és normáinak kidolgozásában, a nemzetközi jog szabályai szerint működnek és nem tartoznak az államok hazai törvényei alá. Többféle formában léteznek:

Globális természetűek, mint például az ENSZ, vagy egy adott szakterületet lefedő nemzetközi szervezetek, mint például az Egészségügyi Világszervezet, vagy az Élelmezésügyi és Mezőgazdasági Világszervezet, a FAO, illetve az UNESCO.

Vannak általános, regionális jellegű szervezetek, ilyen például az Európai Unió, az Arab Államok Ligája, az Afrikai Egység Szervezete, az Iszlám Konferencia Szervezete, az Öböl Menti Együtműködési Tanács, vagy olyan speciális regionális szervezetek, mint az OPEC.

A nem kormányzati szervezetekkel szemben, a kormányközi szervezetek fogalom meghatározása arra utal, hogy megbízatásukat a kormányoktól kapják, tehát a tagállamok határozzák meg, hogy milyen tevékenységet végeznek. Speciális működési feltételek vonatkoznak rájuk, amelyeket a diplomáciai nyelvben „kiváltságoknak és mentességeknek” neveznek.

A nem kormányzati szervezetek pedig önkéntes, nonprofit csoportok, amelyeket a polgárok helyi, nemzeti vagy nemzetközi szinten szerveznek. Ha egy szervezet tagsága vagy tevékenysége egy adott országra korlátozódik, akkor nemzeti nem kormányzati szervezetnek minősül, de ha tevékenysége meghaladja az érintett ország határait, nemzetközi nem kormányzati szervezetté válik. A nemzetközi nem kormányzati szervezetek közül ismert szervezetek az Orvosok Határok Nélkül MSF (Médecins Sans Frontières), az Amnesty International, a Human Rights Watch, az Oxfam stb (Weiss T and Leon G,1996). Másszóval, a nem kormányzati szervezetek olyan magánszemélyek szervezetei, amelyek nem a nemzetközi jog, hanem az államok belső jogszabályainak hatálya alá tartoznak. A szervezetek jogi személyiséggel rendelkeznek, működésüket az adott országban hatályos törvények szabályozzák. Ilyen szervezet például az iraki Vörös Félhold (a Vörös Kereszt segélyszervezet megfelelője).

Ugyanakkor, a nemzetközi vagy nemzeti nem kormányzati szervezetek szoros kapcsolatot tartanak fenn olyan kormányközi szervezetekkel, mint az ENSZ, a gazdasági és társadalmi fejlesztés területén például mintegy 2100 nem kormányzati szervezet tevékenykedik. Ezek a szervezetek tanácsadói státuszt élveznek a gazdasági és szociális kérdések fő politikai döntéshozó szervében, a Gazdasági és Szociális Tanácsban. Számos nem kormányzati szervezet rendelkezik hivatalos képvisellel az ENSZ központjában, amely az ENSZ számára értékes kapcsolatokat biztosít a világ népeivel (El-Baz Sh.,1998)

A háború utáni újjáépítési folyamatban részt vevő nemzetközi pillérek:

A konfliktusból kilépő közösségek egyre inkább nyomást gyakorolnak és aggodalmaikat fejezik ki a nemzetközi adományozók felé, mert tisztában vannak azzal, hogy a háború a végéhez közeledik és így a fenntartható béke időszaka következik, amely megvalósítása a rendkívüli szegénység, az etnikai, szakrális vagy politikai rivalizálás miatt komoly

nehézségekbe ütközik. A helyzetet tovább súlyosbítja a fegyverek elterjedése, és az, hogy az országokban nem működnek infrastruktúrafejlesztésen alapuló kormányok. Mindez óriási fenyegetést jelent, mivel könnyedén visszavezethetik az országot a háborúba.

Ugyanakkor ezen hatalmas kihívások ellenére a háború utáni időszak a remény és lehetőségek időszaka is egyben, amely évekig vagy akár évtizedekig tartó küzdelem után valósulhat meg. A pénzügyi és technikai erőforrásoknak köszönhetően a háború okainak kezelése és a nemzet jövőjének alakítása reális cél, még akkor is, ha rövid idő áll rendelkezésre. Nemzetközi szinten felismerték, hogy sok esetben a „béketeremtés” nagyobb kihívást jelent, mint „a háború megnyerése”, és egy állam újraépítése összetett és hosszú távú folyamat (Cairns, E,1997). Abban is egyetértés van, hogy nincs egyetlen olyan intézmény, amely önmagában képes a béketeremtési kérdéseket kezelni. Ez a folyamat sok intézmény közös erőfeszítésével valósítható meg, amelyek közösen alkotják meg a megfelelő képletet az újjáépítési folyamathoz, ezek:

1. A Világbank csoport, amely öt intézményt foglal magában:
 - *A Nemzetközi Újjáépítési és Fejlesztési Bank, az IBRD*: 1946-ban jött létre. Célja a háború hatásainak megszüntetése, a magántőke befektetések előmozdítása, a nemzetközi kereskedelem fejlesztése, a különféle kölcsönök összehangolása és a külföldi beruházások hatásainak nyomon követése.
 - *A Nemzetközi Fejlesztési Társulás, az IDA*: 1960-ban alakult. Célja az elmaradott államok segítése. Igen kedvező, 35-40 éves futamidejű hiteleket, kamatmentes kölcsönöket nyújt. Támogatási területei: oktatás, mezőgazdaság és közlekedés.
 - *A Nemzetközi Pénzügyi Társaság, az IFC*: 1956-ban jött létre, célja a magántőke és a magánvállalkozások segítése.
 - *A Beruházási Viták Rendezésének Nemzetközi Központja, az ICSID*: 1965-ben létrehozott szervezet, amelynek célja a beruházások megvalósítása kapcsán felmerülő viták rendezése.
 - *A Nemzetközi Beruházás biztosítási Ügynökség, a MIGA*: 1988-ban jött létre a különféle kockázatok és az abból eredő problémák kezelésére.
2. A Multilaterális Fejlesztési Bank (MDB) kijelölt területe: Olyan pénzügyi intézetek tartoznak alá, amelyek gazdasági és szociális segítséget és technikai tanácsadást nyújtanak az országok számára regionális szinten. Az MDB kifejezés a Világbank csoportra és négy regionális bankra utal:
 - *Az Afrikai Fejlesztési Bank*: az Afrika fejlesztésekre összpontosít
 - *Az Ázsiai Fejlesztési Bank (ADB)*: a szegénység csökkentésére összpontosít Ázsiában és a csendes-óceáni térségben.
 - *Az Európai Újjáépítési és Fejlesztési Bank (EBRD)*: Kelet-Európában, a Balkáni térségben és a volt Szovjetunió számos országában valósít meg befektetéseket.
 - *Amerikai-közi Fejlesztési Bankcsoport*: hozzájárul a latin-amerikai és karib-tengeri fejlesztési erőfeszítések finanszírozásához.
3. Az ENSZ Humanitárius Ügyek Koordinációs Hivatala (UN OCHA): Feladata a természeti katasztrófák és a komplex veszélyhelyzetekkel összefüggő tevékenységek koordinálása, a humanitárius tevékenységek összehangolása, valamint a fejlesztés támogatása. Az OCHA tagjai és partnerei kormányok, civil és humanitárius szervezetek, ENSZ-ügynökségek, alapítványok és programok, valamint a Vöröskereszt.
4. Az ENSZ Fejlesztési Programja (United Nations Development Programme; UNDP): Az ENSZ világméretű fejlesztési hálózata. A UNDP az ENSZ Közgyűlés egyik végrehajtó szerve. A szervezet a tagállamok önkéntes hozzájárulásaiból, adományaiból finanszírozza tevékenységét. A szervezet 177 országban tart fent képviselőket, amelyek a helyi kormányokkal együttműködve segítenek megoldani a fejlesztési problémákat és

támogatást nyújt a társadalmi fejlődés elősegítésére. Az UNDP elismert szakértőket alkalmaz, akik tanácsadással, képzésekkel segítik a fejlődő országok kormányait, valamint anyagi segítséget is nyújtanak. Tevékenységét egyre növekvő mértékben a legelmaradottabb országok támogatására összpontosítja. Az UNDP leginkább a szegénység csökkentésére, a HIV/AIDS probléma kezelésére, a demokratikus berendezkedés kialakítására, az energia és környezetvédelem kérdéseire, a krízishelyzetek megelőzésére és a helyreállításra összpontosít. A UNDP fontos feladatának tartja az emberi jogok védelmét, valamint minden programjában kiemelt helyet kap a nők szerepének növelése.

5. Az ENSZ Fejlesztési Alapja Nők Számára (UNIFEM), amely a nők felemelkedésével és a nemek egyenlőségével foglalkozik a fejlesztés tervezésének és gyakorlati megvalósításának minden szintjén. 2010-ben az újonnan létrehozott entitás, az UN-Women részévé vált.
6. Egyéb ENSZ ügynökségek:
 - *Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (ILO)*: az ENSZ szakosodott szervezete, fő célja: a munkavállalók alapvető munkaügyi és szociális jogainak védelme. Emellett, nemzetközi munkaügyi normákat alkot. Meghatározza többek között a kényszermunka tilalmát, a munkavállalók szervezkedési szabadságát, a kollektív szerződés kötését. Kulcsfontosságú szereplő a gazdasági problémák - mint például a háború utáni országokban történő foglalkoztatás - megoldásában: Az ILO tevékenységében mindig is kiemelt helyet foglalt el a migráns személyek szociális biztonságát garantáló jogok védelme.
 - *Világélelmezési Program (WFP)*: egy vezető ENSZ ügynökség, amely hozzájárul az élelmiszerellátás biztosításához és részt vesz az éhség elleni küzdelemben válság- és vészhelyzetekben. Határozottan elkötelezett a nőkkel való együttműködésben, felismerve, hogy a nők „az elsődleges és a leghatékonyabb szereplők” a szegénység és az éhezés csökkentésében.
 - *Az Élelmezésügyi és Mezőgazdasági Világszervezet (FAO)*: az ENSZ szakosított szervezete, amelynek fő feladata az élelmezésbiztonság megteremtése. Ehhez kapcsolódóan kiemelt céljai az éhezés és a nem megfelelő táplálkozás visszaszorítása, a szegénység leküzdése és a gazdasági és társadalmi fejlődés biztosítása mindenki számára, illetve a természeti erőforrások (talaj, víz, levegő, genetikai erőforrások) fenntartható módon történő hasznosítása.
 - *Az ENSZ Nemzetközi Gyermekek Gyorssegélyalapja (UNICEF)*: az ENSZ Közgyűlése 1946-ban hozta létre ezt a szervezetet, hogy segítsen a II. világháború utáni Európában fagyoskodó, éhező és beteg gyerekeken, akiknek a háború borzalmait, a bombázásokat, a frontok többszöri áthaladását kellett túlélniük.(W) Az UNICEF létrehozásának legfőbb célja az volt, hogy biztosítsa a gyermekek védelmét a háború sújtotta országokban. Az UNICEF részt vesz a gyermekkatonák reintegrációjában és az oktatási lehetőségek biztosításában és helyreállításában.
 - *A Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD)*: az 1948-ban, a Marshall-segély megvalósítására létrehozott, de nem sokkal később már a tagországok gazdasági együttműködését, a kereskedelem liberalizálását, valamint a fizetési rendszer kialakítását is szolgáló Európai Gazdasági Együttműködés Szervezet (Organization for European Economic Cooperation, OEEC) jogutódjaként, 1961 szeptemberében kezdte meg működését. A szervezet fő célja, hogy a gazdasági növekedés, a magas szintű foglalkoztatottság, a szabadkereskedelem elősegítése, az életszínvonal növelése, valamint, hogy a pénzügyi stabilitás megőrzése révén hozzájáruljon a nemzetközi gazdasági kapcsolatok fejlődéséhez

7. A Kétoldalú adományozók: Beleértve az Egyesült Államokat, Kanadát, Svédországot, az Európai Unió tagjait, Japánt és még sok más országot. A pénzadományokat az ENSZ a Világbankon keresztül biztosítja. A támogatásokat közvetlenül a nemzeti kormányok, a nemzetközi nem kormányzati szervezetek, illetve a helyi vállalkozók számára nyújtják az újjáépítés és a foglalkoztatás megteremtése érdekében. Az általuk nyújtott támogatás szintje és jellege azonban érdekeiktől és az országba való beavatkozásuk időpontjától függően változik. Sok esetben ezek az ügynökségek speciális irodákat hoztak létre a háború és a háború utáni különböző helyzetek kezelésére (Allen T. 2000), ezek:
- *Az Egyesült Államok Nemzetközi Fejlesztési Ügynöksége (USAID)*: 1961-ben jött létre és a Kongresszus által éves szinten meghatározott támogatásokat biztosítja külföldi államok részére. Habár elvben független szervezet, működését nagyban befolyásolja az elnök, a külügyminiszter, valamint a Nemzetbiztonsági Tanács.
 - *A Kanadai Nemzetközi fejlesztési Ügynökség (CIDA)*: 1968-ban hozta létre a kanadai kormány. Működésének célja elsősorban a fenntartható fejlődés támogatása a fejlődő országokban, a szegénység csökkentése és a biztonságosabb, méltányos és gyarapodó világhoz való hozzájárulás.
 - *Az EuropeAid*: több érdekelt fél együttműködésén alapuló kezdeményezés, a programot az Európai Bizottság működteti. Az Európai Unió tagállamainak érdekeit képviselő Európai Bizottság nyújtja a rászorulóknak a legtöbb segínyt a világon. A külső segélyprogramokat a Bizottság EuropeAid Együttműködési Hivatala irányítja.
 - *A Japán Nemzetközi Együttműködési Ügynökség (JICA)*: egy kormányzati ügynökség, amely a japán kormány megbízásából koordinálja a hivatalos fejlesztési támogatások elosztását. Tevékenységének célja a fejlődő országok gazdasági és társadalmi növekedésének támogatása, valamint a nemzetközi együttműködés előmozdítása.
 - *A Svéd Nemzetközi Fejlesztési Együttműködési Ügynökség (SIDA)*: a svéd külügyminisztérium alá tartozó hivatal. Svédország hivatalos fejlesztési támogatásainak a megszervezéséért felelős, amelyeket a fejlődő országok részére biztosítanak.
 - *A Profitorientált vállalkozók*: mérnöki és építőipari tevékenységet végző nagyvállalatok, amelyek jelenléte a konfliktus által érintett országokban igen meghatározó: helyi irodákat nyitnak, helyi munkásokat alkalmaznak, és helyi cégeket szerzödtetnek.
 - Bár a kétoldalú és többoldalú fejlesztési ügynökségek átfogó felelősséggel tartoznak az újjáépítési projektekért, a tényleges munkát gyakran alvállalkozók és magánvállalatok végzik számukra (Lissner J. 1977).

Következtetések

A háború utáni újjáépítés szerves részét képezi a béke konszolidálását célzó struktúrák azonosítása és támogatása. A folyamat egy sor olyan stratégiát tartalmaz, amelyeket az államok, nemzetközi szervezetek és magasabb nemzetközi hatáskörrel rendelkező egyének közösen osztanak meg.

Az újjáépítési folyamat fogalmi és elméleti modelljének kidolgozásában az arányosság és a kontraszt egyaránt megtalálható, hiszen számos területből áll, mint a például a politológia, a közgazdaságtan, a szociológia, az antropológia, vagy a pszichológia.

A háború utáni újjáépítési stratégia olyan lehetőségeket és cselekvéseket tartalmaz, amelyek az idő, a tér és a szerepek szerint szerveződnek az emberek számára rendelkezésre álló lehetőségek

és a közösség választása alapján. Ez az úgynevezett szabadság Amarta Syn szerint (az újjáépítés maga a szabadság).

Az elismert nemzetközi szervezetek a háború utáni újjáépítés legfontosabb pillérei közé tartoznak, amelyek nemcsak a kezdeti szakaszban (a háború és a béke közötti átmeneti időszakban), hanem később is jelentősen hozzájárulnak a politikai döntéshozatalhoz és a stratégiai fejlesztéshez.

A kormányközi nemzetközi szervezetek tevékenysége az ENSZ és a regionális szervezetek által vezetett átfogó stratégiákból, az ENSZ szakosított ügynökségeinek, illetve a fejlesztési és újjáépítési programok részleges stratégiáiból, valamint az IMF és a Világbank által vezetett nemzetközi pénzügyi intézményekből áll.

Mindezek alapján arra következtethetünk, hogy a nemzetközi szervezetek szerepe az újjáépítésben egy „puzzle-hoz” hasonlítható, mivel egy darab hiánya vagy többlete, illetve a koordináció hiánya végül nem az újjáépítéshez, sokkal inkább a pusztuláshoz fog vezetni.

Irodalomjegyzék:

1. Allen T.: (2000): “A World at War”, in Tim Allen and Alan Thomas (eds), *Poverty and Development Into the 21st Century*, Oxford University Press
2. Biehl Paul: (1994): *International Peacekeeping*, Johns Hopkins press, ISBN:9780801850325, p67.
3. Doyle M & others: (1995): *Building Peace :Challenge and Strategies After Civil War*, NY, International Peace Academy, p20-22.
4. El-Baz Sh: (1998): *Role of Non-Governmental Organizations in Implementing Two Research Platforms: Monetary Evaluation*, ESCWA, 1998 Meeting. 11, p. 8. *Second Arab follow-up to the World Summit for Social Development*, Beirut
5. Fracis S: (2008): *Policies Toward Horizontal Inequalities in Post-Conflict Reconstruction*, Crises, working, paper7, p22
6. Gorn G: (2003): *Identifying of the rain financial and monetary issue in post worn reconstruction*, paper presented, ESCWA work shop on Iraq and the hegeo after wan, D 9-10 July 2003.
7. Kreilkamp J.: (2004): *UN Post conflict Reconstruction*, London, Cambridge University Press, p625.
8. Lipsy R.G & K: (2005): *Lancaster the general they of Second Best review of economic studies*, vol (24), 2005, p11-32.
9. Sen A: (1999): *Development AS freedom*, New York, Oxford University Press.
10. Snaderson John,; (2005): *Ride the whirlpool: selected speeches*, University of Western Australia Press, p46-52.
11. Tongeron V: (1998): *Exploring the Local Capacity for Peace*, *An International Directory*.
12. Utrecht: *European Platform for Conflict Prevention and Transformation*, p63.
13. Weiss T and Leon G (1996), *NGO's, the UN and Global Governance Builder*, London David Davies Memorial Institute of International Studies, p23-25.

Internetes forrás:

1. <https://www.energizeinc.com/art/global-associational-revolution>
2. <http://www.worldbank.org/en/who-we-are/ibrd>
3. <http://ida.worldbank.org/>

4. https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/corp_ext_content/ifc_external_corporate_site/home
5. <https://icsid.worldbank.org/en>
6. <https://www.miga.org/>
7. https://en.wikipedia.org/wiki/United_Nations_Development_Programme
8. <http://www.undp-globalfund-capacitydevelopment.org/>
9. <http://www.unwomen.org/en>
10. https://en.wikipedia.org/wiki/International_Labour_Organization
11. <http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>
12. <http://www1.wfp.org/>
13. <http://www.fao.org/home/en/>
14. <https://www.unicef.org/>
15. <http://www.oecd.org/>
16. <https://nkfih.gov.hu/magyar/pdf-nyomtatás?cikkid=573>
17. <http://www.usaid.gov>
18. http://www.who.int/workforcealliance/members_partners/member_list/cida/en/
19. https://ec.europa.eu/europeaid/node/22_en
20. <https://www.jica.go.jp/english/>
21. <https://www.sida.se/English/>

THE CHALLENGES AND ACTUAL QUESTIONS OF THE AGRICULTURE IN YEMEN

Abdulghani Al-sabai¹, György Iván Neszmélyi²

¹PhD student,²associate professor

¹Szent István University, Faculty of Economics and Social Sciences, Doctoral School of Management and Business Administration, ²Budapest Business School – University of Applied Sciences

E-mail: sabai68@gmail.com, neszmelyi.gyorgy@uni-bge.hu

Abstract

Agriculture employs more Yemenis than any other sector and spate irrigation is the largest source of irrigation water. Spate irrigation however is growing increasingly difficult to sustain in many areas due to water scarcity and unclear sharing of water amongst users. Mostly due to high population growth, misguided agricultural development and the growth of qat, a lack of law enforcement to regulate water use, and a vulnerable climate to climate change, the crisis may soon reach catastrophic levels. The agriculture uses 93% of the potable water, and does not actively encourage sustainable water saving techniques. Qat (*Catha edulis*; recreational drug) cultivation uses 40% of the potable water. The water crisis could be mitigated by reducing qat production.

Keyword: *Yemen, sustainable agriculture, agricultural policy, irrigation*

JEL Classification: *R12, Q18, Q15, N55*

LCC: *S560-571.5, HD1401-2210*

Introduction

Yemen is a low-income country which has been long ago striving to stabilize its economy, however the ongoing war has blocked Yemen's exports, dropped the currency's exchange rate, accelerated inflation. The food and fuel imports considerably diminished while the infrastructure was damaged. The long-lasting conflict generated a severe humanitarian crisis (CIA World Factbook, 2017) Yemeni population thus need humanitarian assistance in terms of food and healthcare in short term but first and foremost peace.

Agriculture is a key sector in the Yemeni economy, and provides a main source of employment for 54% of the population. Agriculture produced 17.5% of Yemen's GDP in 2010 (*Source: Central Statistics Organization, Statistic book, 2010*), according to the Central Statistics Office of Yemen. Agriculture also plays an important role in food security, (*Guth et al. 2000*) in improving the trade balance, and in efforts towards integrated rural development. In addition, the agriculture sector helps to stabilize the population by reducing internal migration and its related social and economic problems. The agriculture sector is also key factor in natural resource management, and may consume up to 90% of available water in Yemen (*UN, Yemen Humanitarian Response Plan 2013*).

The labour-intensive sector is largely underdeveloped and inefficient, as a result of soil erosion, the high cost of credit and land, a lack of investment, and the scarcity of water. Most of the cultivated land is irrigated and dependent on groundwater, but high demand could exhaust water

supplies by 2020. Although agricultural output has increased steadily in the past few years, crop yields remain low relative to those produced by comparable countries.

Major agricultural products include fruits, vegetables, and cereals, but production is rarely sufficient to meet domestic demand. As a result, Yemen continues to import most of its food. Yemen also cultivates qat, a mildly narcotic plant indigenous to Africa. Although legal, the government has recently moved to ban its consumption in public offices and on army duty due to economic and social costs associated with those under the influence. It continues to be widely consumed, and future efforts to ban it are unlikely. The Gross Domestic Product (GDP) in Yemen was worth 18.21 billion US dollars in 2016. The GDP value of Yemen represents 0.03 percent of the world economy. GDP in Yemen averaged 17.01 USD Billion from 1990 until 2016, reaching an all-time-high of 43.23 USD Billion in 2014 and a record low of 4.17 USD Billion in 1994.

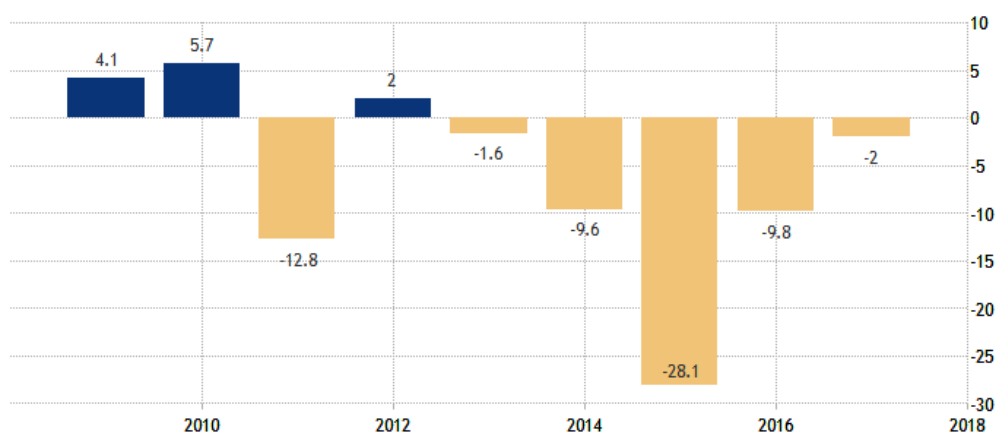


Figure 1: Real GDP growth in Yemen, 2009-2017 (%)

Source: Trading Economics on the basis of Central Statistics Office of Yemen (2018)

The objectives of the research

Yemen has a long history of developing strategies in the agriculture sector, This study seeks to examine the effect of agricultural production on Yemen's economic growth, because agriculture accounts for 61.2% of GDP. About 11% of Yemen's population lives in rural areas. Estimated direct employment in the agriculture sector by 33.6% of the labour force. In addition, the agricultural sector contributes to the employment rate of the labour force in the areas of transport, processing and trade, which would increase the employment of the sector to 21% thus, the agricultural sector is considered to be the most important sector in the field of development in Yemen because of its role in creating job opportunities rural areas, supporting the economy in agricultural communities, and providing food security where its contribution to GDP at the national level (CIA, The World Factbook, 2017).

Material and Methods

The data were collected from primary and secondary sources, these include the Statistics Office of Yemen, The World Factbook of CIA and Trading Economics website) has been studied in relation to the land area and agriculture production. Also, interview conducted among the Yemenis, intellectuals, information from the journals and internet. It was concluded from the data that Yemeni farmers have great hope for the importance of agriculture to the country.

In the first step of the study, the existing data has been standardized. Thereafter, the findings as shown in Taiz city, where qat and coffee are produced in several quarters and my observation in several fields, examined how mathematically can be organized into production groups. By standardization, we have eliminated the size differences between country's states. In the research course, testing methods were supplemented by deep interviews along with secondary research. Mention has to be made about the fact that since the early 2010's Yemen has been seriously hit by the civil war including the intervention of Saudi Arabia therefore data collection, especially regarding the recent years was very difficult, in some cases hardly possible. Therefore, in some cases we needed to use international databases in our research which are also merely rather estimates than reflecting exact real figures.

The importance and challenges in the Agriculture Sector of Yemen

Agricultural sector has a predominant role in Yemen, its contribution to GDP was 24.1% in 2017 (CIA World Factbook), while agriculture employs more than 54% of the labor force and connected to about 73.5% of the population. The major crops and products are grain, fruits, vegetables, pulses, qat, coffee, cotton; dairy products, livestock (sheep, goats, cattle, camels), poultry; fish (CIA World Factbook, 2017).

Mention has to be made of the fact that Yemen lacks good quality arable land, the majority of the surface area of the country is unusable or degraded, only less than one million ha (2.05% of the country) can be considered stable land (see in Table 1 and 2).

Table 1: Types and areas of degraded, decertified and stable land in Yemen

No.	Data (classification)	Area (ha)	%
1	Unusable land	38,917,985	85.44
2	Degradation due to water drifts	5,070,608	11.13
3	Degradation by land erosion	578,189	1.27
4	Chemical degradation (salinization)	37,089	0.08
5	Physical degradation (hardening of the crust)	12,717	0.05
6	Stable territory	933,658	2.05
	Total area	45,550,246	100

Source: *Agriculture policies and strategies for Ministry of Agriculture and Irrigation, 2012.*

Table 2: The division of the territory of Yemen according to the type of cultivation

No.	Data (classification)	Area (MHA)	%
1	Rocky desert lands and attended	21.0	45.16
2	Pastoral lands	22.6	48.60
3	Forest and forest lands	1.5	3.23
4	Lands under investment	1.4	3.01
	Total area	46.5	100

Source: *Agriculture policies and strategies for Ministry of Agriculture and Irrigation, 2012.*

Table 3: The cultivated area by irrigation methods in 2015

No.	Data (classification)	Area (ha)	%
1	Land dependent on rain	468,873	40
2	Land Dependent on Groundwater	521,622	44.5
3	Lands dependent on flood waters	152,385	13

4	Lands dependent on the water of Ghoul	29,305	2.5
	Total	1,172,185	100

Source: Agriculture policies and strategies for Ministry of Agriculture and Irrigation, 2012

So far it is visible that Yemen’s natural circumstances are not really favourable for agricultural production. Besides the geographic endowments the lack or scantiness of rainfall can also be pointed out. Figure 2 shows the annual average rainfall in Yemen.

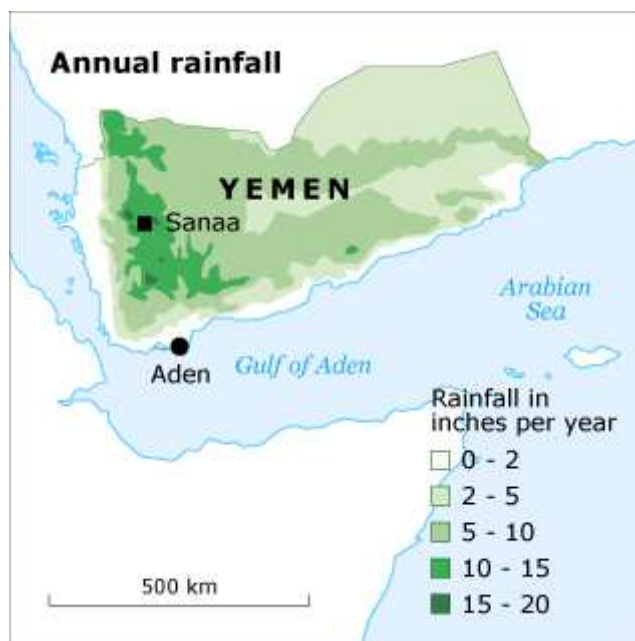


Figure 2: The annual average rainfall in Yemen

Source: Fanack, 2016



Figure 3: Agricultural regions of Yemen

Source: Fanack, 2016

The challenges in the Yemeni agriculture sector

Besides the unstable political situation and the devastations of the long-lasting civil war there are still a number of critical issues that the Yemeni agriculture has to face. The most prominent and serious ones are as follows.

Limited Water Resources

Availability of water is the most often mentioned constraint to the development of the agriculture sector in all parts of Yemen. Yemen relies on two main sources of water: rainwater and groundwater, where Yemen is one of the countries with water scarcity and classified within the arid and semi-arid areas. The average annual rainfall ranging between 200-800mm, while the rainfall in the three governorates of Ibb, Al-Mahweet and Hajjah is about 1200mm. Amount of rainfall in all parts of the country ranging between 67.11 billion MC and 93 billion MC per year. Statistics show that the total cultivated land in Yemen in 1970 was about 1.29 million hectares, of which about 37,000 ha were irrigated with groundwater, 120,000 hectares by floods, while about 73,000 hectares were irrigated by springs and water streams and the rainfed area reached 1.06 million hectares. In 2010, the total cultivated area has marginally increased to 1.37 million ha, with increase in groundwater irrigated area to 420.000 ha (almost 11 times), floods irrigated area also increased to 136.335 ha, while the rainfed cultivated area decreased to 695,388 hectares (Al-Eshlah et al. 2011)

Land Resources Impact on Agriculture

Land is a limited resource in Yemen. The total area of Yemen is 45.55 million hectares, with an estimated area of arable land of 1.61 million hectares, while the cultivated area in 2009 amounted to 1.31 million hectares, of which 695 thousand hectares of rain-fed farms, and an area of irrigated land of 693 thousand hectares. The estimated area of bush and forest land 1.5 million hectares while the total area of grazing land 22.6 million hectares, (*Statistical Yearbook, 2010*). Mountain agricultural is an amazing sight in Yemen, with terraced agriculture going back hundreds, if not thousands of years. However, the population density is very high in these areas, and every square centimetre is farmed. In this environment, agriculture can only increase through improvements in productivity, and a challenge for the future is posed by inheritance rules that will see small plots divided amongst large groups of siblings. In the coastal and plains areas, land is also limited due to water resources, and high populations. The key result of limited land is the need to focus on productivity improvements to reach agricultural goals. Land resources also need to have better registration and legislative procedures to ensure that conflicts over limited land are minimized, and to ensure that appropriate activities are undertaken on the land that will preserve it as a resource. Land degradation and desertification are also significant issues that need both study and policies to prevent land from being taken out of cultivation.

Increasing Qat Production

Qat production is increasing in Yemen. It is displacing food crops, and also utilizing limited groundwater. Qat cultivated area estimated at 154,000 ha in 2009 this represents about 22.3% of irrigated area (*Statistical Yearbook, 2010*). and qat production consume 30% of agriculture water uses, while qat mainly cultivated in the highland where water scarcity is critical. Qat consumption is also considered to have a negative impact on society as whole, as lower income families spend too high a percentage of their financial resources on qat consumption. There are also health concerns from chewing qat. However, it is also a significant source of income for farmers, and accounts for a large percentage of agriculture production in Yemen.

It should be noted that many attempts to address the qat issue have come up with simplistic solutions that do not fully take into consideration rural incomes. The role of the agriculture strategy is to only take into consideration the needs of the farmer and the environment, and to defend this role in the preparation of a national qat strategy.

Marketing Deficiencies

Marketing of agricultural products in Yemen has many challenges at all levels. Small scale farmers have little access to extension that will provide them with advice on markets for their products, and an effective Market Information System (MIS) is not operating in Yemen. Small farmers are also disadvantaged by limited marketing opportunities provided by traditional retail and wholesale markets, and the lack of associations and organization, inefficiency of markets for agricultural products.

Absence of effective government role and lack of funding

Throughout the assessment process of agriculture in Yemen, it became clear that there is limited support coming from the government of Yemen to Yemeni farmers. The reason is always the same, with budgets cut to the point where much of the Ministry of Agriculture and Irrigation (MAI), and the governorate offices, cannot function. However, there is a sizeable Agriculture and Fisheries Program Promotion Fund (AFPPF), which goes to subsidize inputs for cooperatives and farmers. Gaps in the financing can be considered as one of the major constraints in the way of agricultural development as it is really difficult to compensate the lack of capital, to develop the innovation in their agricultural activities and to purchase inputs (Széles et al., 2014).

Climate Change

The possible impacts of the global climate change can hit Yemen very seriously. The Handbook on Yemen Land Ownership and Agricultural Laws expressed the future scenario in 2013 as follows: *“Climate change is a critical issue and the impact on water and agriculture has been well documented in a report from 2009 from the World Bank entitled Climate Change Impact Assessment on the Agriculture and Water Sectors, Republic of Yemen. The report indicates a change in rainfall in the year 2100 in Yemen could vary from a reduction of 46 percent to an increase of 45 percent over current levels. However, the report also is very concerned about the over extraction of ground water resources, and predicts a rapid collapse within 15 years. Scenarios for long term climate change are dependent on the over extraction of ground water to be solved by regulation in the near term. The report recommends that water saving strategies should be implemented immediately to protect the ground water, and to protect against a scenario that could see a reduction of rainfall. Yemen to provide a longer time series of data for future climate change modelling activities, and continue to work on strategies that utilize less groundwater to take into account the current over use of water resources.”* (Yemen Land Ownership and Agricultural Laws Handbook, 2013: 79).

The main characteristics of the agricultural crop production in Yemen

Agricultural land (% of land area) in Yemen was 44.6 % in 2014, according to the World Bank data collection of development indicators, compiled from officially recognized sources. The cultivated areas (ha) and the amount of production of agricultural crop in Yemen 2011- 2015 were summarized by the Ministry of Agriculture and Irrigation of Yemen (see table 4).

From economic point of view Yemeni agriculture could significantly increase the production one of the most important export items, the coffee, generating more income or revenue to government purse and having a major impact on the gross domestic product. The coffee sector was one of the pillars of the economy. For example, around 1720 the country recorded highest production of Arabic coffee after the establishment of a Dutch coffee factory in the Mukha region in 1708. In this context, the Yemen Bank for Reconstructions and Development has continued to lend support to the farmers and governments in the region as they consolidate their economies (Káposzta – Tóth – Singh, 2008) on the basis on increased efficiencies and competitiveness in coffee production. Furthermore, the Bank has attached high priority to reducing poverty and decreasing economic and social inequality in the country via provision of loan with less interest rate on lending.

The intellectuals and educated elite in Yemen have played a vital important role on encouraging the local farmers to boost the coffee production and discouraged the Qat production. Therefore, the Government must come up with policies that will replace or support the Qat cultivation area with agriculture farms, subsidized the agricultural farming tools. It should create and expand local and foreign market for agricultural produce. There should be adequate water supply and provide more fund to agricultural sector.

Table 4: The main crops and products of Yemen (ha; t)

Crop /Year		2011	2012	2013	2014	2015
Cereals	Area	784,844	854,689	857,024	727,069	585,658
	Prod.	816,548	909,741	863,934	699,962	459,246
Vegetables	Area	80,795	89,773	87,138	81,911	69,616
	Prod.	988,463	1,132,852	1,032,414	968,323	902,852
Fruits	Area	93,989	94,123	94,380	93,968	91,447
	Prod.	991,091	1,001,411	999,256	993,643	938,523
Legumes	Area	45,684	47,966	48,011	45,422	40,889
	Prod.	89,820	96,013	96,765	92,216	75,988
Cash Crops	Area	88,785	88,194	85,692	84,152	80,288
	Prod.	87,911	90,199	87,960	85,538	77,017
Qat	Area	162,584	167,682	168,772	169,386	166,557
	Prod.	180,630	190,856	193,394	193,940	184,749
Feeders	Area	155,248	158,546	158,387	149,652	137,730
	Prod.	1,970,546	1,954,710	1,933,474	1,778,411	1,533,546
Total	Area	1,411,929	1,500,973	1,499,404	1,351,560	1,172,185
	Prod.	5,125,009	5,375,782	5,207,197	4,812,033	4,171,921

Source: Ministry of Agriculture and Irrigation of Yemen

Conclusion

The agricultural sector which is already heavily constrained by structural challenges, such as dwindling water resources, has been further inflicted by the conflict due to substantial increase in prices of agricultural inputs and fuel, transportation costs, as well as increasingly restricted access to markets due to insecurity and reduced overall demand due to the diminishing purchasing power. The crop, livestock and fishery production are severely affected particularly in those governorates with continued insecurity, reduced access to land, agriculture inputs, and disruption of market systems. Cereal production in the country has reduced by 33% while small ruminants' livestock production has reduced by 40% for sheep and 42% for goats in 2016 as

compared to pre-crisis. Agricultural production is constrained by lack of agricultural inputs (83%), lack of animal feed (62%), crop and livestock diseases (54%), and lack or shortage of rainfall (34%).

After all Yemen, which is struggling with civil war and poverty faces serious difficulties to provide her population with food in sufficient quantity and quality. It highlights the need to facilitate adequate dietary intake for women and children to promote optimal growth and prevent malnutrition through adequate food provision and livelihood support to families. In short or even mid-term humanitarian assistance is badly needed, however the agricultural potential may be developed in longer run to a level at which Yemen could even be exporter of several crops One idea is to increase the production of coffee which can be relatively easily sold abroad while production of other crops, like qat could be shrunken.

References

1. Agriculture policies and strategies for the Republic of Yemen
2. Ministry of Agriculture and Irrigation, 7/2009.
3. Agriculture Sector Strategy Matrix 2006-2010 and Plan of Work to Implement Strategy for Two Years 2006-2007, Ministry of Agriculture and Irrigation of Yemen, 10/5/2006.
4. Alum's social enterprise, Gold Mountain Coffee Growers, connects Nicaraguan producers to speciality roasters; The Source; October 7, 2014. Available at: <https://global.wustl.edu/alums-social-enterprise-gold-mountain-coffee-growers-connects-nicaraguan-producers-speciality-roasters/> [Accessed on: 18-10- 2018]
5. Al-Eshlah, A. - Al-Rubaidi, H. - Al-Sabri, A. (2011): Agriculture's contribution to solving the water crisis National Conference for the Management and Development of Water Resources in Yemen organized by the Ministry of Agriculture and Irrigation in January, 2011 <http://www.yemenwater.org/wp-content/uploads/2013/03/Paper-2-B.pdf> [Accessed on: 18-10- 2018]
6. CIA The World Factbook, Yemen (2017) Available at: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ym.html> [Accessed on: 18-10- 2018]
7. Coping Strategies in Rural Yemen and Policy Implications, World Bank Report No. 51027-YE, 10/6/2010.
8. Fanack (2016) website - Available at: <https://fanack.com/yemen/geography/> [Accessed on: 18-10- 2018]
9. Framework for FAO's Medium-Term Plan for the Development of Food and Agriculture Sector of the Republic of Yemen 2011-2015, Food and Agriculture Organization of the United Nations, 12/2010.
10. Guth, László ; Káposzta, József ; Kapronczai, István ; Lehota, József ; Molnár, József ; Péter, Balázs ; Puskás, János ; Szénay, László ; Tóth, Tamás ; Villányi, László ; et al. *Agrárgazdaságtan Budapest, Magyarország : Mezőgazdasági Szaktudás Kiadó (2000) , 242 p.*
11. Káposzta, J ; Tóth, T ; Singh, M K 2008. Perspectives on regional economic development policy and strategy In: C, Can Aktan; Ozkan, Dalbay (szerk.) *Management and Behaviour in Organizations. Volume 2 : Selected Proceedings of the First International Conference on Social Sciences Izmir, Yasar University, Paper: 5 , 9 p.*
12. National Food Security Strategy: Summary, Ministry of Planning and International Cooperation/International Food Policy Research Institute, 11/2010.

13. National Information Center of Yemen Available at: <http://www.yemen-nic.info> [Accessed on: 18-10- 2018]
14. National Statistical Center, Yemen 2016
15. Qat Production in Yemen: Water Use, Competitiveness and Possible Policy Options for Change; Ministry of Agriculture and Irrigation /FAO, 9/2008.
16. Republic of Yemen Agricultural Strategy Note, World Bank, 28 May 1999.
17. Statistical Yearbook, Central Statistics Office of Yemen (2010)
18. Tradings Economic, Yemen <https://tradingeconomics.com/yemen/gdp-growth-annual> [Accessed on: 18-10- 2018]
19. Széles Zs. – Zéman, Z. – Zsarnóczai, J. S. (2014): The developing trends of Hungarian agricultural loans in the term of 1995 and 2012. *Agric. Econ. – Czech*, 60, 2014 (7): 323–331. Available at: https://www.agriculturejournals.cz/publicFiles/187_2013-AGRICECON.pdf [Accessed on: 18-10- 2018]
20. Yemen Humanitarian Response Plan 2013 (UN)
21. https://ops.unocha.org/Reports/daily/CAPPProjectSheet_993_54847_2019112.pdf [Accessed on: 18-10- 2018]
22. Yemen - Land Ownership and Agricultural Laws Handbook Volume 1 Strategic Information and Regulations. International Business Publications, USA, 2013, ISBN: 1-4783-6027-2 [Accessed on: 18-10- 2018]

THE ADAPTATION POSSIBILITIES OF SUSTAINABLE PRODUCTION SYSTEM BEST PRACTICES TO THE HUNGARIAN RURAL ENVIRONMENT – CASE STUDY OF AN ENERGY PRODUCTION BUSINESS MODEL¹

Balint Horvath

PhD student

Szent István University, Faculty of Economics and Social Sciences, Doctoral School of
Management and Business Administration
E-mail: horvath@carbonmanagement.hu

Abstract

The current paper describes a business model that contributes to people's self-sufficiency in the field of energy production. The current society is in a position to depend on decision makers and companies in terms of used energy resources and their prices. Though renewable energies have become popular lately, many people face obstacles in order to employ them. The aim of the research is to introduce a business model which answers this customer need and could be interpreted to different economic circumstances. The presented business model has been elaborated according to the recent Dutch business environment as a green entrepreneurial start-up. This study deliberately avoids the detailed description of the business plan and rather highlights the core concept based on business modelling principles. This form of demonstration equips future entrepreneurs to adapt the model to certain conditions. The main message of this article is the matching pain-gain relations of certain social groups. On one hand, the local communities seeking to go energy independent. On the other hand, people who would like to conduct impact investment.

Keyword: *business model, impact investment, REScoop, community energy, energy democracy*

JEL Classification: *Q40, Q42*

LCC: *HT51-1595*

*“Teach a man to fish
and you feed him for a lifetime.
Teach a man to fish sustainably
and you feed generations to come.”
- Sigurdur Ingi Jóhansson*

Introduction

The current study represents the final phase of a wide research which delves into good governance practices through public service development. The present paper belongs to the environmental area of that programme. In the previous stages, mostly theoretical overviews have been presented regarding the dependence of rural societies on centralized and global production systems. The former papers described many aspects of this matter and focused on the introduction of potential solutions. Many of them urges the return to local production systems and markets (Korten, 1995; Shuman, 2000; Brown – Miller, 2008; Cortese, 2011). In case of industrial products, some finds the upcoming fourth industrial revolution the way out of this dependency (Lasi et al., 2014; Stock – Sliger, 2016). It is expected to enable people

¹This work was created in commission of the National University of Public Service under the priority project KÖFOP-2.1.2-VEKOP-15-2016-00001 titled “Public Service Development Establishing Good Governance” and the Cooperative Partner/Institution

becoming self-sufficient in the field of production (Ritzer, 2015) or at least to exclude unnecessary actors from the supply chains (Rifkin, 2014). In the world of digitalization and rapid technological development, the nature of commerce is forced to alter too. A serious bottleneck in spreading these technologies is that a major part of society has only a limited access to them. This is mainly due to financial, regional or transparency reasons. Therefore, the challenge of modern businesses is to adapt to novel distribution channels or to create new ones in order to reach customers (Amit – Zott, 2012). As this phenomenon seems to significantly define market competitiveness, the followers of neglected causes have also turned to it. This is how the concept of social entrepreneurship was born (Mort et al., 2003; Choi – Majumdar, 2014). The concept applies to initiatives extending their value proposition towards social and environmental segments (Fogarassy et al., 2017a). Innovative business models enable people to gain access to goods that normally would not be available for them.

This article describes how a business model could contribute to self-sufficiency in the field of energy production. The current society is in a position to depend on decision makers and companies in terms of energy utilization (Magda, 2011). Though renewable energies have become popular lately, many people face two major obstacles in order to employ them. Some does not own real estate, thus not allowed to install renewable capacity. Another part simply lacks the financial background. The concept of the Renewable Energy Source Cooperative (REScoop) allows social groups (e.g. individual, NGOs) to form a legal entity which can commonly implement renewable energy projects (Rijpens et al., 2013). It enables them to determine their own electricity prices and to choose applied energy sources. The members of the REScoop become “Prosumers” who produce electricity for their own consumption (Tarhan, 2015). It is a bottom-up initiative and the organization operates under social ownership. The local communities could be utterly energy independent from big companies which phenomenon is referred as “energy democracy” (Martinez, 2017). The current study steers its focus on the REScoop initiative and presents a business model which have been built to raise funds for similar projects. It is quite specific since it has been elaborated to Dutch circumstances. However, the article avoids the detailed introduction of the whole business planning mechanism and rather highlights the core concept based on business modelling principles. This demonstration equips future entrepreneurs to interpret the model to certain business circumstances and even to rural environments. The research chapter explains the basic business idea and shows how it relates to current market needs. Moreover, it elaborates on the business model and on the mechanism of the employed activities. The result section indicates environmental impact outcomes based on the calculation of an assumed 5-year function of the business.

Research materials and methodology

The present study applies to a basic business modelling methodology to define several aspects of the initiative. First, it demonstrates the market viability of the business as it indicates the market niche it tends to answer. Then, it explains the core idea of the business. A part of the materials describes the combination possibilities of wind and solar energy. This technological pattern is not necessary in order to further interpret this business model to other environments. It is only demonstrated in this article because it was an element of the original case study. Later, the business and customer relations will be explained which will be followed by the picture of the whole business model. The research avoids the explicit elaboration of business planning elements (e. g. financing, marketing etc.) since they are not relevant in its adaptation to different economic circumstances. It only aims at highlighting the essential foundations of the business to offer its transferability.

The practicability of the business

Many businesses fail at offering something that does not have a demand on the market. It is a basic malfunction to provide solution to problems that does not even exist. Thus, step zero before starting to plan a business is to locate an essential need which would deliver customers (Figure 1).

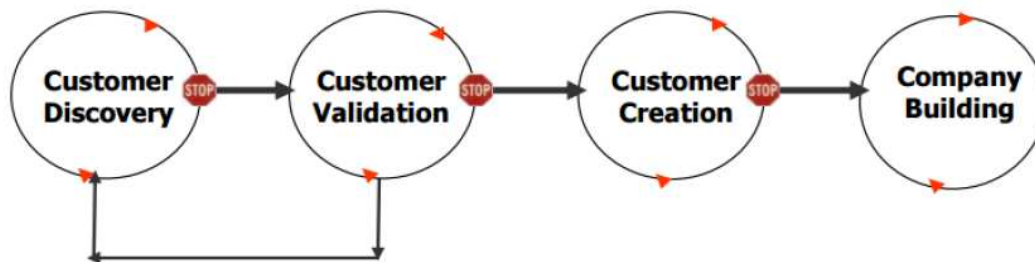


Figure 1. Schematic overview of the Customer Development Model

Source: Blank, 2012

Currently, intangible community capital is undervalued and underutilised throughout Europe which applies for western countries as well. Therefore, a lot of community groups look for new ways to leverage this value for new assets. On the other hand, private investors – even with the aim of gaining social or environmental impact – want low risk, transparent ESG investment² portfolios, with clear impacts. By enabling them to value the intangible capital and clearly demonstrating the business concept, the risk could be less than is normally considered, and through innovation intermediation the return can be higher. The introduced business model creates value for both community groups and investors by leveraging intangible community capital. The presented business model offers bespoke renewable energy solutions for community groups, with a focus on personal connections with investors. It tends to operate as an innovation intermediary transferring innovative technological solutions. The idea of energy independent communities comes from Greece. Still, according to field studies, even Greek people tend to look for best practices in northern countries regarding implementation matters (Fogarassy et al., 2017b). Based on their opinion, they lack the skills and most importantly the trust needed for the realization of this concept. Therefore, the significance of an appropriate consultancy activity is still undiscovered on the market and that gives relevance to businesses focusing on that. To investors, ESG investments would be offered with personal connection and involvement, with transparent impacts, community value creation and environmental benefits.

The business idea

The idea – based on the elaborated problems – is to start a peer-to-peer (P2P) investment³ platform which functions as an innovation intermediary providing technological transfer in the field of hybrid renewable energy projects. The business targets two different groups of clients. Firstly, it aims to cooperate with local communities which are located near to a wind energy instrument. These communities could express their need for energy security and contribute to

² The acronym „ESG” means the three focus points (Environmental, Social and Governance) of investments which aim at the realization of social or environmental benefits (Duuren et al., 2016).

³ Peer-to-peer lending applies to the movement when individuals invest into the notes of other members of the society without the involvement of traditional financial intermediaries (Yum et al., 2012).

the production of wind farms. The energy production of the farm could work on higher efficiency with an increased capacity by combining it with solar energy. The name of the business is based on the combination of the name of the two energy resources: Wind and Solar Energy Investment (WISEInvest in short). The combination of certain RES is a growing market and this initiative offers the required knowledge and skills for it. A major obstacle for the targeted communities is the financial background to develop a complementing RES project. In their case green banks are not always an option. Not everyone could afford to risk personal financial security with going to any banks for that reason. Therefore, a smart financing solution like peer-to-peer investment would work properly in this situation due to its more flexible and personal approach. Based on the elaborated aspects, the current business model aims to secure the energy security of local communities with providing them the knowledge they lack and the financial support. Moreover, the second target group obviously are investors with the intention of investing in RES projects. This group is proposed with several values. An important aspect is that a lot of people transfer money anyway to certain communities (e. g. schools etc.). With this investment platform, their effort can be turned from pure charity into a financially profitable endeavour. Many impact investors⁴ are not able to quantify the environmental and social benefits derived through their portfolio choices (Burand, 2015). The presented platform will be designed in a way to give transparent, reliable information regarding each project, with professional, certified evidence regarding financial returns, energy generation, and environmental and social impacts.

Therefore, potential investors make decisions with a prominent level of confidence and security in their decisions. Furthermore, WISEInvest provides an Escrow service to take the responsibility of being a third party and get a hold over the money until the necessary amount of investments is raised. According to the Alibaba model, firstly it promises the amount of funds. Then, the business only receives a certain percentage of that, until the required funds are all gathered. The elaboration on the business idea has already mentioned certain elements that are not parts of the offered products or technology (e. g. peer-to-peer investment, Escrow, Alibaba model). It represents the current trend in business planning which prefers to focus on the structure of businesses. A novel requirement of the 21st century is that businesses must go further than the simple application of incremental innovation. This form of innovation focuses only on the used technology or the improvement of the products itself (Souto, 2015). The new phenomenon is rather the innovation of the business model itself. It concentrates more on the way how customers are reached, and products/services are sold rather than its production. A well-known example for that is the freemium model which gives its products for free but then offers paid extension services for premium customers (Liu et al., 2014). Although, this study aims at presenting a business structure, that initiative includes also incremental innovation. It is the combination of wind energy with solar capacities which has been a controversial field regarding renewable developments. This matter requires the clarification of the problem before the introduction of business model.

The innovation behind the business

There are technical concerns about the shading effect of the wind turbine tower and blades on the solar panels as well as the capacity handling through the existing grid. Taking these aspects into account, the initiators of the business conducted a real-time simulation on a Dutch

⁴ Impact investors invest into initiatives that generate social or environmental benefits in addition to financial income (Hebb, 2013).

windfarm. It showed out that the effect of shading only affects 2.4 % of the total annually generated electricity by the solar panels (Figure 2).

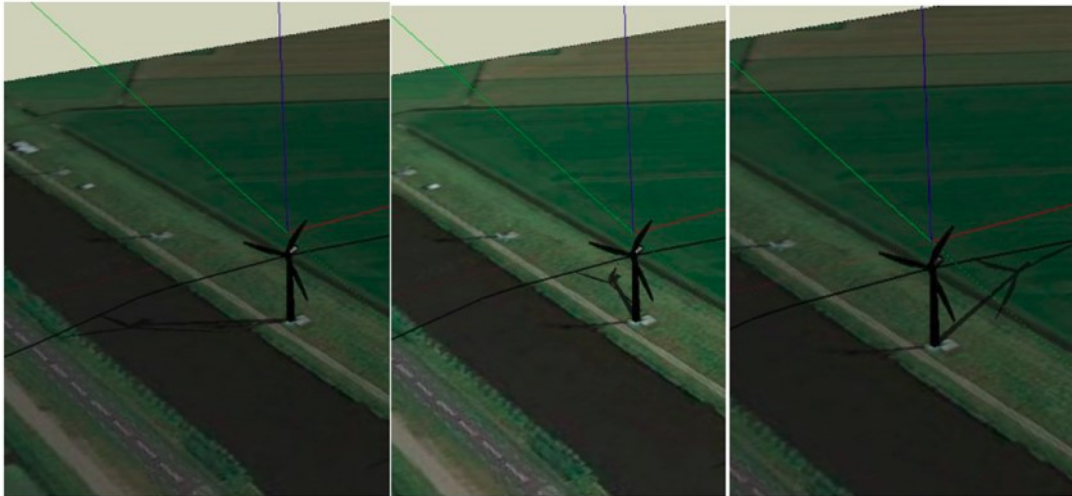


Figure 2. Solar simulations throughout one day based on the site

Source: Self-made, 2019

The figure indicates that there are no significant losses due to shading of the wind turbine tower and blades. Besides that, the new generation solar panels are fabricated with more bypass diodes which enable the current flow from one cell to another, even if there is shading on some solar cells. The concerns about the electricity supply to the existing grid have also been considered. Since solar energy is mainly produced during the day, it complements the wind energy as it is mainly generated during the night. Nowadays, there are even companies providing smart-software which optimizes the energy supply to the grid, so that overcapacity of the grid can be prevented. Technical feasibility studies have shown out that combining solar PV electricity generation on existing wind farms is very promising (Arabali et al., 2013), as long as the land is not used for agricultural purposes. Moreover, it saves additional grid operation and installation costs and can be a very good solution for intermittency. The uniqueness lies in the fact that it is technically feasible and can generate additional amount of electricity per unit of area.

The elaboration has showed an initial business idea based on regular social and environmental problems. The introduction of the technological innovation was important not only for the demonstration of applicability. This way of renewable energy combination is also the part of the business model as it answers certain needs. However, these are not direct customer demands, but additional welfare benefits which are unique points of social or green businesses. In the highly dense cities of Europe it is becoming an issue how to be efficient with land-use. As most wind farms are installed outside the city, they are either built on agricultural land or previously unused land. A complementary aim of the proposed business idea is to minimize the land-use per installed capacity of renewable energy utilization. As the initiative has been developed for Dutch circumstances, it is obvious why the land-use optimization comes significant. The similar features in business planning are called “pain and gain relations” (Oosterwalder – Pigneur, 2010). It focuses on the nature of needs from the customer sides and the way how businesses can answer them. The next chapter refers to the beginnings when the market validity of the WISEInvest initiative was introduced and presents a more detailed pain and gain linkage.

Pain-Gain relations

Nowadays, in case of community investments only tangible assets are valued. Concerning the investors aspect, P2P investing mainly focuses on loans, and is seen to have a high risk-return ratio. The introduction of community based renewable energy projects to P2P investment portfolios solves the pain of two different customer segments and creates higher value for them than an individual approach. The first target group is local communities in the need of energy security and independence. The second is investors with the intention to invest in projects with not only financial but also social or environmental benefits. In business model planning, these aspects are considered as customer pains which must be relieved by the products or services of the business (Figure 3).

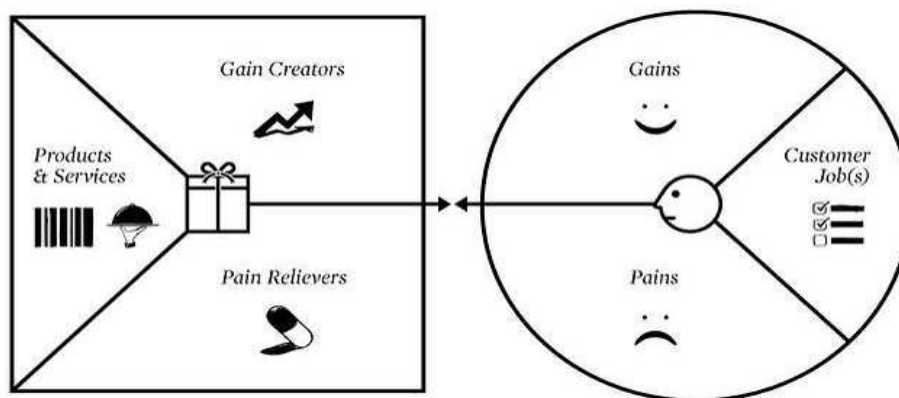


Figure 3: The Value Proposition Canvas

Source: Oosterwalder – Pigneur, 2010

The following description shortly details the value proposition elements of the WISEInvest based on the model pictured on Figure 3:

- ***Products and Services:*** the business provides an online public investment platform. Another service that flows out of this: the involvement of local communities in the project realisation.
- ***Gain Creators:*** internet investment platform; cooperation with existing local wind farms; expansion of solar parks on existing wind farms.
- ***Pain Relievers:*** providing clients (investors) relatively higher interest rates on the investment made and at the same time stimulating the renewable energy development in the country.
- ***Customer Gains:*** relatively high annual interest rates from investments; local involvement of communities in achieving energy democracy.
- ***Customer Pains:***
 - *Low interest rates from local banks:* The average interest rates natural persons would get from their savings account in Europe would be maximum 2% annually.
 - *Lack of involvement of communities in local projects:* Various protests of local communities in deployment of renewable energy projects, show out that these groups of persons are not involved in the project realization and therefore are unaware and even afraid of how energy companies will turn their community into.
- ***Customer Jobs:*** The proposed business is targeting potential investors with reasonable amount of savings.

These short statements might sound a bit too regular, but usually the lack of these aspects would turn into the bottlenecks of a business. The point is not to get too descriptive at this point, only to present a quick overview of the initiative. The planning and the deep elaboration would only start after the clarification of these segments. Since the aim of this study is to introduce adaptable best practices, the next chapters are not going to demonstrate whole market research behind this project. The technical details (e. g. finances, marketing strategy, risk analysis etc.) were specifically made to Dutch circumstances. The purpose of this work is to show a business model that could be further developed and interpreted to the Hungarian business model. The following section is about the description of the business structure.

Business system and organisation – key activities and partners

After all the elementary pillars of the business are settled, the most important part is to define the value proposition. That offered product or service must be distinctive pattern considering the competition. The basic value proposition of WISEInvest was to offer customers a higher interest rate (11%) in comparison to what banks (2-3%) and even other renewable energy investments offer (7-8%)⁵. The unique selling point which differentiates this initiative from other platforms is that it only works with solar installations that are implemented on already existing wind parks. This combination avoids the installation costs of the grid and optimize the land use for renewable energy utilization. These saved costs enable the business to offer higher interest rates than other renewable investments. For the cooperation, WISEInvest offers the windfarm 5% of the price of the electricity generated by solar panels which is an attractive benefit for only letting it use its infrastructure. Obviously, not all the wind parks are suitable to host a similar project. In case of the Netherlands, there are approximately 40 objects with the suitable capacity without conducting agricultural activity below the wind turbines. The other customer segment of the business is the local communities surrounding the potential wind parks. As a part of the activities, WISEInvest would form local energy cooperatives (REScoops) from social groups who tend to be energy independent. All the renewable projects would be implemented within the framework of the certain cooperatives. The role of the business is to provide them professional consultancy in order to build, finance, develop and manage themselves. Outsourcing the ownership of the projects and taking only the role of the fundraisers further decreases the risks. The core idea is to connect investors to solar PV projects with an online P2P investment platform. The revenue stream consists of two income sources. On one hand, WISEInvest provides consultancy and advisory services to local community groups aiming to establish innovative hybrid renewable capacity. On the other hand, it sells investment opportunities in these projects to private investors. So, the revenue stream is based on commissions from the amount of the gathered investments and from the electricity generated by the projects through their lifetime.

The main business steps are summarized in the followings (and concluded on Figure 4):

- ***Step 1/A: Partnering windfarms:*** WISEInvest is responsible for finding potential windfarms and for conducting a feasibility study to conclude if their land is suitable for the implementation of a project. The windfarm receives 5% of the electricity price generated by the hosted solar panels.
- ***Step 1/B: Get in touch with local communities:*** Targeting municipalities, schools, households and already existing communities in the proximity of the windfarm which would like to be energy independent. This movement assures the later investors that there will be a legal entity that will own the project in long term.

⁵ Both bank and private investment data are based on recent market circumstances.

- **Step 2: Formulation of a Renewable Energy Cooperative (REScoop):** Conducting a consultation activity to gather local stakeholders (e. g. NGOs, businesses) and form a legal entity which could later function as the owner of the project.
- **Step 3: Advertisement based on market research:** Targeting people with reasonable disposable income or savings as possible future investors.
- **Step 4: Raising funds:** Creating an online P2P investment platform that will be the key resource of the business. After the funds are raised, WISE investment receives a 5% commission fee based on the amount.
- **Step 5: Installation of solar panels:** Contacting a solar company to install solar panels with 1 MW capacity.
- **Step 6: Producing and selling electricity:** 2.4 GWh produced electricity per year. WISEInvest receives 10% commission from the electricity price generated by the solar panels as consultation fee.
- **Step 7: Paying the investors:** 11% interest rate for the investors during project lifecycle (15 years).

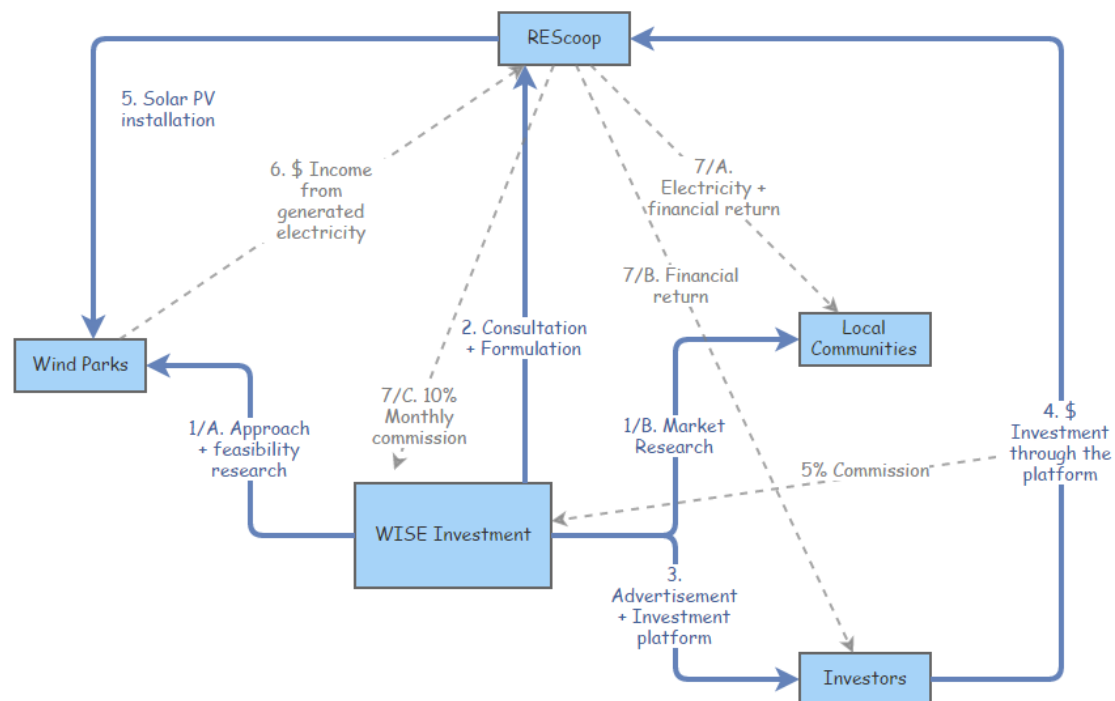


Figure 4. The business structure of WISEInvest

Source: Self-made, 2019

Results and discussion

The presented business model has been elaborated according to the recent Dutch business environment as a green entrepreneurial start-up. This study deliberately avoided the detailed description of the business plan since it would include an extended market research. The aim of the paper was to introduce a business model that could be interpreted to rural environments. The combination of wind and solar energy or other hybrid renewable energy capacity is not even required. The main message of this article was the matching pain-gain relations of certain social groups. On one hand, the local communities seeking to go energy independent. On the other hand, people who would like to conduct impact investments. The basic activity of a British consultancy company, the Mongoose Energy focuses on this simple aspect without RES

combination. It is a quite successful business which contributes a lot to the environmental and social improvement of the country. However, for the demonstration of the sustainability effect, a theoretical estimation has also been carried out for the 5-year function of the elaborated business. The rest of this chapter is going to present the environmental impacts of that projection. According to the previously described business strategy, the estimation involved the implementation of 8 solar energy plants in the first 5 years of operation. This number is considered reasonable, neither too ambitious, nor that pessimist. The plan is to install 1 MW capacity at each location which produces 2,4 GWh electricity in 1 year. Thus, this amount is defined as the basic business unit regarding the climate impact measurement.

Environmental impacts of the initiative

The business idea introduced by the WISE Investment tackles several climate related and environmental issues to mitigate the effects of climate change. The calculation of the presented by impacts presented have been carried out by the Carbon Footprint Forecast tool of the European Institute of Innovation and Technology’s Climate Knowledge Innovation Community (EIT-Climate-KIC). Since the objective of the initiative is to accelerate renewable energy investments and to support the implementation of the projects, the activity saves a significant amount of CO₂ emissions in comparison with the fossil fuel-based production.

The most important climate and environmental impacts of the project:

- Reduction of over 20 tonnes of CO₂e emissions
- Increasing the amount of electricity generated from renewables by 43,2 GWh
- Land use optimization in case of renewable energy generation/m²

Unlike other solar PV projects, this one enables users to prevent environmental pressure at certain points of the lifecycle. Figure 5 illustrates that in case of the solar panels most of the greenhouse gas emissions occur at the beginning and at the end of their lifecycle.

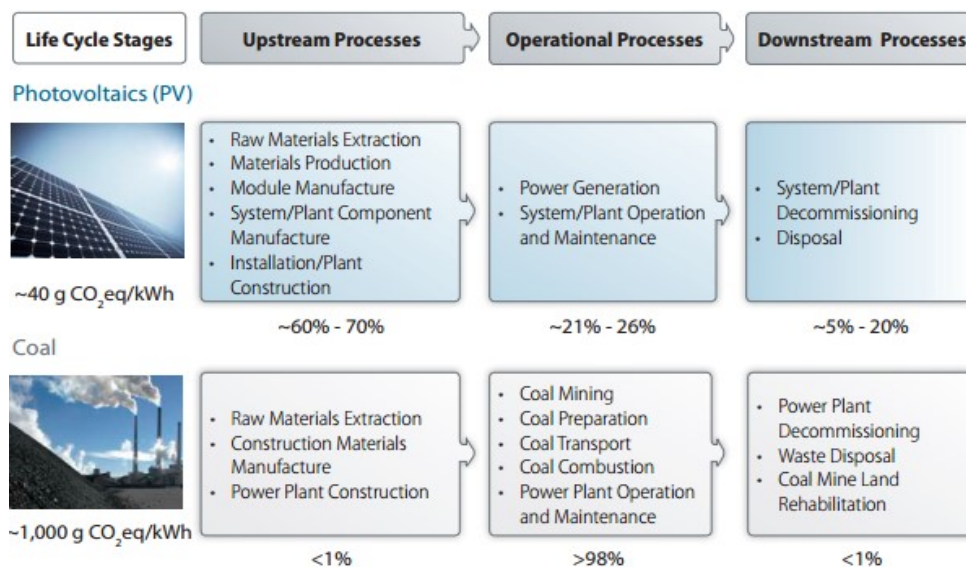


Figure 5. Environmental impact comparison of photovoltaics and coal energy plant lifecycles

Source: NREL, 2012

The combination of solar panels with existing windfarms is not only an important feature in terms of financial but also in environmental efficiency. First, it avoids the installation of the grid which leads to emission savings normally spent on manufacture and transportation:

Production stage:

- Less transport (truck): -11,4 kg CO₂e/business unit
- Less energy (diesel combustion): -49,909 kg CO₂e/business unit
- Less materials (copper wire): -3059,21 kg CO₂e/business unit
- Less processes (non-ferro): -27,65 kg CO₂e/business unit

Based on the calculations the innovative hybrid utilization reduces the carbon footprint of solar panel installations by 3148,169 kg CO₂e/business unit only in the initial stage of the lifecycle. In 5 years, it means a 56665,042 kg CO₂e reduction altogether. Even though this is already an imposing number, the most remarkable results appear during the operational period. Meanwhile, in case of the production the implementation method was compared to other solar PV projects, this period includes the avoided GHG amount in comparison with fossil fuel scenarios.

Operational stage:

- Using renewables instead of the Western European Industrial country mix standards result in more than 131 tonnes of CO₂e reduction/business unit.

This number indicates that the major amount (over 20 tonnes of CO₂e) of the avoided CO₂e emissions come from the renewable based electricity generation.

Other environmental impacts

Besides the most important carbon footprint indicator the Climate Impact Tool highlighted other monetarized effects of the operation which is presented below by the eco-costs:

- Human health: -8034,5 Euro/business unit
- Eco-toxicity: -39 714,75 Euro/business unit
- Resource depletion: 1986,34 Euro/business unit

In accordance with the introduced values, the avoided costs amount to -859486,5 Euro while the activity only causes 35 754 Euro worth of losses regarding depleting resources. However, the latter effect is inevitable in case of energy utilization but the fact of using renewables minimizes the required deadweight loss.

Conclusion

The presented business model described the establishment procedure of a Renewable Energy Source cooperative (REScoop) which is expected to result in beneficial social impacts. The REScoop model answers several social problems offering multiple benefits beyond the economic and environmental gains. Considering the overview of the current energy supply system, the first conclusion to be drawn is the insecure state of consumers towards their uncertain future of acquiring energy. As a consequence of the monopolistic energy system, the supplier side significantly dominates the pricing of the provided electricity. Therefore, a major portion of the living costs comes from the money spent on electricity bills. Furthermore, the government also has a high influence on future strategies regarding the sources used for energy generation. Thus, the society is in a position to depend on top-down decision making in terms of used energy resources and electricity prices.

The concept of the REScoop model was built around the previously elaborated social need allowing the society to determine their own electricity prices and giving them the freedom of choice considering the utilized energy source. The basic idea is to recognize a certain group of citizens as a legal entity which is able to commonly invest in renewable energy projects. And this is the point where the multiple benefits of the system occur. First, the members of the REScoop – mostly natural people – would be able to become so-called “Prosumers” who produce electricity for their own consumption. Since it is a bottom-up initiative, the organization operates under social ownership and the people can decide about the type of the desired energy resource. So, the local communities could be utterly energy independent from big companies and able to realize the notion of energy democracy.

Regarding future research perspectives, an interesting area would be to examine how such initiatives change the social attitude towards renewables and environmental issues. The point of the whole REScoop model is that it offers economic benefits for following sustainable disciplines. Previous market research have shown that people who invest in renewable energies are driven by economic motives and not by the intention of natural preservation. Thus, it is an essential requirement in the field of sustainable development to offer business solutions and models which are competitive on the market.

Acknowledgement

This work was created in commission of the National University of Public Service under the priority project KÖFOP-2.1.2-VEKOP-15-2016-00001 titled “Public Service Development Establishing Good Governance” and the Cooperative Partner/Institution

References

1. Amit, R. - Zott, C. (2012): Creating Value Through Business Model Innovation. MIT Sloan Management Review, 53 (3), 41-49.
2. Arabali, A. – Ghofrani, M. – Etezadi-Amoli, M. – Fadali, M. S. (2013): Stochastic Performance Assessment and Sizing for a Hybrid Power System of Solar/Wind/Energy Storage. IEEE Transactions on Sustainable Energy, 5 (2), 363-371. <http://dx.doi.org/10.1109/TSTE.2013.2288083>
3. Blank, S. (2012): The Startup Owner’s Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. K&S Ranch, 608 p.
4. Brown, C. – Miller, S. (2008): The Impacts of Local Markets: A Review of Research on Farmers Markets and Community Supported Agriculture (CSA). American Journal of Agricultural Economics, 90 (5), 1298-1302. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8276.2008.01220.x>
5. Burand, D. (2015): Resolving Impact Investment Disputes: When Doing Good Goes Bad. Washington University Journal of Law & Policy, 48, 55-87.
6. Choi, N. – Majumdar, S. (2014): Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. Journal of Business Venturing, 29 (3), 363-376. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.05.001>
7. Cortese, A. (2011): Locavesting: The Revolution in Local Investing and How to Profit From It. Wiley, 240 p.

8. Duuren, E. – Plantinga, A. – Scholtens, B. (2016): ESG Integration and the Investment Management Process: Fundamental Investing Reinvented. *Journal of Business Ethics*, 138 (3), 525-533. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-015-2610-8>
9. Fogarassy, Cs. – Horvath, B. – Magda, R. (2017a): Business Model Innovation as a Tool to Establish Corporate Sustainability. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 6 (2), 50-58. <http://dx.doi.org/10.1515/vjbsd-2017-0009>
10. Fogarassy, Cs. – Horvath, B. – Kovacs, A. – Szoke, L. – Takacs-Gyorgy, K. (2017b): A Circular Evaluation Tool for Sustainable Event Management – An Olympic Case Study. *Acta Polytechnica Hungarica*, 14 (7), 161-177. <http://dx.doi.org/10.12700/APH.14.7.2017.7.10>
11. Hebb, T. (2013): Impact investing and responsible investing: what does it mean? *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 3 (2), 71-74. <http://dx.doi.org/10.1080/20430795.2013.776255>
12. Korten D. C. (1995): *When Corporations Rule the World*. Berrett-Koehler Publishers, 386 p.
13. Lasi, H. – Fettke, P. – Kemper, H. G. – Feld, T. – Hoffmann, M. (2014): Industry 4.0. *Business & Information Systems Engineering*, 6 (4), 239-242. <http://dx.doi.org/10.1007/s12599-014-0334-4>
14. Liu, C. Z. – Au, Y. A. – Choi, H. S. (2014): Effects of Freemium Strategy in the Mobile App Market: An Empirical Study of Google Play. *Journal of Management Information Systems*, 31 (3), 326-354. <http://dx.doi.org/10.1080/07421222.2014.995564>
15. Magda, R. (2011): A megújuló és fosszilis energiahordozók szerepe Magyarországon [The role of renewable and fossil energy source in Hungary], *Gazdálkodás*, 55 (2), 153-165.
16. Martinez, C. (2017): From Commodification to the Commons: Charting the Pathway for Energy Democracy. In: Fairchild, D. – Weinrub, A. (eds) *Energy Democracy*, 21-36, Island Press. http://dx.doi.org/10.5822/978-1-61091-852-7_2
17. Mort, G. S. – Weerawardena, J. – Carnegie, K. (2003): Social entrepreneurship: towards conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8 (1), 76-88. <http://dx.doi.org/10.1002/nvsm.202>
18. NREL. (2012): *Life Cycle Greenhouse Gas Emissions from Solar Photovoltaics*. National Renewable Energy Laboratory, 2 p.
19. Oosterwalder, A. – Pigneur, Y. (2010): *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley and Sons, 288 p.
20. Rifkin J. (2014): *Zero Marginal Cost Society*. Palgrave MacMillan Trade, 368 p.
21. Rijpens, J. – Riutort, S. – Huybrechts, B. (2013): Report on REScoop Business Models. EMES network and Centre for Social Economy, University of Liege, 23 p.
22. Ritzer, G. (2015): Prosumer Capitalism. *The Sociological Quarterly*, 56 (3), 413-445. <http://dx.doi.org/10.1111/tsq.12105>
23. Shuman, M. H. (2000): *Going Local: Creating Self-Reliant Communities*. Routledge, 336 p.
24. Stock, T. – Seliger, G. (2016): Opportunities of Sustainable Manufacturing in Industry 4.0. *Procedia CIRP*, 40, 536-541. <http://dx.doi.org/10.1016/j.procir.2016.01.129>

25. Souto, J. E. (2015): Business model innovation and business concept innovation as the context of incremental innovation and radical innovation. *Tourism Management*, 51, 142-155. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.017>
26. Tarhan, M. (2015): Renewable Energy Cooperatives: A Review of Demonstrated Impacts and Limitation. *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity*, 4 (1), 104-120.
27. Yum, H. – Lee, B. – Chae, M. (2012): From the wisdom of crowds to my own judgment in microfinance through online peer-to-peer lending platforms. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11 (5), 469-483, <http://dx.doi.org/10.1016/j.elerap.2012.05.003>

THE ROLE OF UNIVERSITIES IN EDUCATIONAL DEVELOPMENT IN CONNECTION WITH DIGITALIZATION AND ENTREPRENEURSHIP IN HUNGARY

Mária Molnár

International Relations MA student
University of Szeged
E-mail: molnar.mariam@gmail.com

Abstract

Universities can promote the development of entrepreneurial skills and innovation including digital technologies and startup courses. The startups are the drivers of digital development in technological innovation and ICT (OECD 2017). The study attempts to discover that which cooperations are among universities, research institutions and enterprises in Hungary. It is important to examine that what steps have been taken to increase digital and entrepreneurial skills. I made expert interviews, and I carried out a national questionnaire survey involving university students.

62.8 % of students said that there are entrepreneurship courses. In the future 58 students would participate in online entrepreneurship courses. 31.4 % of students consider entrepreneurship education very important (on a scale of 1-10). 32.6 % of the students think that their digital competences are moderate, which would be necessary to launch a startup enterprise.

I felt important to talk with teachers to give a more accurate picture about practical trainings for innovation, digital and entrepreneurial skills at the selected universities. According to the interviews making with teachers, the practical tasks are the important parts of entrepreneurial, startup courses everywhere. Students can work in teams on different project ideas.

Keyword: *innovation, educational development, digitalization, entrepreneurship*

JEL Classification: *I20, O35*

LCC: *LA173-186, T58.5-58.64*

Introduction

Increasing of entrepreneurship represents a special place in the European Union, including Hungary and it has a positive impact on employment, economic growth and competitiveness of the country. A few years ago, in 2014, 47.4 % in Hungary thought that business creation is a good decision and life goal. However, many people do not start their own business, because they are afraid of failure. Different skills, competencies and knowledge are needed to start a business (Illés et al. 2015, Ács et al. 2015).

Higher education institutions play a key role in encouragement of entrepreneurial activities of students. It is essential to strengthen the university relationships with external experts in developing of the educational curriculum enhancing the practical skills (Gubik-Farkas 2017).

Cooperations among universities, research institutions and enterprises (Vilmányi 2011, Inzelt 2004) have an important role in the entrepreneurial ecosystem, in which the student can work creatively (Karpov 2017). The stronger the attitude of the individual is and the bigger the entrepreneurial intention will be (Gubik-Farkas 2017).

Universities can promote the development of entrepreneurial skills and innovation including digital technologies and startup courses. The startups are the drivers of digital development in technological innovation and ICT (OECD 2017).

The study attempts to discover that which cooperations are among universities, research institutions and enterprises in Hungary. I have looked for universities, where these practices and methods was integrated into the curriculums.

I formulated the following research question as sub-objective: which practices can contribute to the transformation into the digital economy of Hungary? and what steps have been taken in innovation and educational development in Hungary to increase entrepreneurship knowledge?

Conceptual background

Many people have dealt with it to define innovation. During the *educational innovation*, new technological innovations are created by new educational methods, which often are the results of research (Foray – Raffo 2014, p 3). Innovation is a complex process, which does not mean only technological changes. When a company engaged in an innovative activity, it also generates new knowledge, which is „manifested” in technological opportunities. New product, technology or service come into existence from an innovative idea creating added value in society (Buzás – Lukovics 2015, pp 438-440).

The *digital competence* can also be defined as the confident, critical and creative use of ICT (information and communication technologies), which appears in the area of work, employment, learning, recreation, social inclusion and/ or participation (Cseh et al. 2017, p 5).

Startup has many definitions in domestic and international literatures. Startup can be identified by an early-stage enterprise, with the following characteristics:

- „it does not exceed three years”,
- its annual net income is less than HUF 100 million,
- the enterprise or startup employs maximum 20 people,
- venture capital has not been invested in the startup,
- the startup or enterprise has no share in other business entities.

According to Entrepreneurship Foundation Hungary, *startups* are „newly established high-growth enterprises” or a team on the way to becoming enterprise in order to return the project to the market (Magyarország Kormánya 2016, p 21, p 25).

Kollmann and his colleagues emphasize that startups are younger than 10 years, which are characterized by a significant innovative technology and a business model, they can achieve high sales growth (Kollmann et al. 2016).

In addition, Primay et al highlight that the objective of „knowledge, technology or research” created in the university environment is commercial sale (Makra 2012, pp 5-6). University patented inventions generated at university spin-off companies are channeled into industry through licensing agreements (Veugelers – Del Rey 2014).

Material and method

I formulated the following research question as sub-objective:

- Which practices can contribute to the transformation into the digital economy of Hungary?
- What steps have been taken in innovation and educational development in Hungary to increase entrepreneurship knowledge?

Research hypotheses are:

H1: The number of student entrepreneurs is lower in Hungary.

H2: The university students are less motivated to set up their own startups.

I made expert interviews, and I carried out a national questionnaire survey involving university students to verify the hypotheses.

I visited several universities. I started StartUP VIP and the starting and operating of innovative enterprises courses at Budapest University of Technology and Economics to get experience and knowledge and take part in a team work in DEMOLA. I had an insight into from Idea to business course at Széchenyi István University.

During the methodology of compilation, I put special emphasis both on empirical and applied research. I used both primary and secondary data sources to research.

I felt important to talk with teachers to give a more accurate picture about practical trainings for innovation, digital and entrepreneurial skills at the selected universities.

I carried out a national questionnaire survey involving university students to examine their digital competences and entrepreneurship between 2-26 April 2018.

Some literatures and Internet sources helped me to some questions of the questionnaire (Czeglédi et al. 2016, European Commission 2015, Magyarország Digitális Startup Stratégiája 2016, ec.europa.eu/jrc/en/digcomp/). I applied online and personal self-completion methods for the national survey. I used „snowball” and targeted methods.

The essence of the "snowball method" was to send the questionnaire to 12 universities, 3 institutions linked to universities, 2 Knowledge Center, 25 acquaintances via email, and asked the facebook group and a acquaintance to share the questionnaire. University of Miskolc made available a questionnaire in a newsletter.

Innovation and educational development

Member States of the European Union, including Hungary will be able to maintain their competitiveness if professionals are trained in the country. Technology is continuously changing, for this reason the enterprise will only be able to survive the competition if the enterprises are managed by e-Leaders, who have a high level of "digital" skills, "business" sense and "strategic" management skills. The following core competencies are expected from an e-Leader: „big data analysis, the development of mobile applications ", software development, web development and knowledge of programming languages and environments, „communication skills”, „understanding of consumers and markets”, business development, sales and marketing ". Fundamental differences are between the e-Leaders, which depends on whether we talk about SMEs or startups. Different competences are needed in a smaller company than a larger company. Research also found that e-Leadership competencies should

be expanded "industrial and entrepreneurial" sectors. On the one hand, educational institutions collaborate in enhancing expertise, on the other hand enterprises collaborate in it. 200 000-250 000 e-Leaders would be necessary in Europe until 2020 (European Commission 2015).

Empirica – german private company engaged in research and consultancy (empirica.com) (empirica Gesellschaft für Kommunikationsund Technologieforschung mbH) carried out researches at 118 SMEs in 2015 to determine that how the following methods contribute to e-Leaders' professional competence development. It was concluded that 118 enterprises primarily consider the "ad hoc" self-education (70%) effective to increase the competencies. Furthermore, the high level of knowledge is facilitated by:

- „industry or professional academies: 56%,
- online courses, e-learning: 56%,
- learning from consultancies: 55%,
- professional coaching, mentoring: 50%,
- universities/HEI single courses: 49%”.

According to the respondent companies, the full training programmes fitted to e-Leadership appear slightly at universities and higher educational institutions. The specific needs required by industry and the changes in technologies should be taken into account in planning education and training modules. In summary, the university should take a greater part in that more practical training in digital drive will be in the syllabus (European Commission 2015).

The „e-Leadership Scoreboard” created the e-Leadership Index at level 4 („e-leadership skilling”, „e-leadership workforce potential”, „e-leadership skills exploitation”, „e-leadership skills promoters”) with 24 indicators, which evaluates the leadership skills and give an overview of the education offer and the potential labor force with a comparison of EU Member States. The "digital entrepreneurs and fast-growing SMEs" can be found in the target groups.

The dimension of e-leadership skill development is related to education and training. According to a 2015 study, Austria ranked second in the ranking of the Member States in connection with ICT and business masters degree programmes among 20-59 year olds, while Hungary ranked only on 20th place. Austrian enterprises ranked on the 9th place in trainings provided to ICT professionals in European Union, Hungary ranked only on 20th place.

In the second dimension it was concluded based on „e-leadership workforce potential” that very few young leaders got degree in Austria (20th place) and Hungary (22th place) (aged 20-24). The „e-leadership skills exploitation” consists of three building blocks: the "business environment", "innovation potential" and "technology trends". 31 % of enterprises in Austria employed ICT and IT professionals in 2015 and Austria was ranked on the fifth place in the EU Member States. The situation of our country developed positively, because 30 % of enterprises employed ICT and IT professionals.

The innovation skills of leaders developed differently in the two countries in favor of Austria. The innovation skills of Austrian leaders exceeded the EU average, with which the country was the eighth among the Member States. The Hungarian digital Leaders are less receptive to innovative ideas, consequently they have significant disadvantages compared to most EU countries (24th place). One further problem that arose in Hungary in 2015 was that e-Leaders had less access to the latest technologies (20th place), than in Austria (9th place). This was due to the lower level of e-Leadership education and training, as well as initiatives bringing together relevant parties focusing on digital entrepreneurship. In contrast, the Austrian government

placed more emphasis on the development of digital entrepreneurial and ICT skills of e-Leaders (Dashja et al. 2015/a, Dashja et al. 2015/b).

As a result of technological development and changed manufacturing process, considerable social upheaval happens in all EU Member States. I think that a company can function effectively in that case if employees also have sufficient digital knowledge in technological innovations. Based on forecasts, more than 50 % of the current jobs will become computerized. More and more competence needs arise in the field of automation, artificial intelligence, "machine" learning and robotics from the side of industrial companies and car manufacturers. The future is moving towards that leaders and workers with „high-tech skills” will be needed. Consequently, the technical and business universities should develop or create syllabus, which puts knowledge into the hands of students meeting the expectations of the market, the industry and enterprise.

New knowledge related to digital skills and e-leadership requires school systems that the courses' curriculum would be continuously fresh and timely (Olle Vogel, KK Stiftelsen (Knowledge Foundation) programme coordinator)).

As a consequence of technological developments, 65 % of the current jobs will change for 2020. It is important for everyone to acquire those skills, with which they can remain competitive in the digital economy. In particular, the European industrial leaders must acquire to start and access to digital innovation promoting technical, business and strategic leadership skills (Európai Bizottság 2017, p 3, p 5, p 22).

Innovation and educational development in Hungary

Judit Cseh et al the labour market appearance of the digitization been reviewed supported by "Together for the Future Employment Foundation". Different generations were included in research. In today's society the digital competence of a person covers a wide range from knowledge related to digitalization, a variety of skills, behaviors, to expertise in ICT. Research and development (R & D), technological progress and innovation are behind the changes. Instead of the previous industry-driven society, knowledge society is increasingly the model of economic development. They conducted a questionnaire survey of 300 employers. Furthermore, 401 respondents filled out the questionnaire including students, educational institutions, workers and unemployed. The respondents believe that digital competences can be acquired in educational institutions in 56 %, as well as in self-learning. Only 26 % of respondents think that the development of digital competence of students is appropriate in public education. According to them, the problem is caused that little IT education is in syllabus of primary school and secondary school students laying the necessary knowledge for higher education. According to experts, the educational institutions are responsible for labour shortage. Another problem relates to the fact that the digital expertise of SMEs is low. The authors consider it important to develop the „digital competences” of SMEs based on the National Information and Communication Strategy (Cseh et al. 2017, pp 5-6, p 9, p 11, p 18, p 26).

This is particularly evident when the digital skill level of students dropping out of education institutions does not reach the required level. All in all, change is required in education related to line with the expectations of employers. In the past one or two years, the transport and infocommunication developed rapidly. This is closely related to the development of communication technologies of vehicle to vehicle and vehicle to infrastructure. We have to get used to the idea of self-driving vehicles (capable of movement without drivers), and related services. According to the forecast of Internet Research, Strategy & Analysis company, 20 %

of the newly bought cars will be partially or „fully automated” by 2025 (Tettamanti – Varga 2016). A high level of expertise is required for the development of self-driving vehicles. Budapest University of Technology and Economics will train students in Autonomous Vehicle Control Engineer Programme from autumn 2018. In the frame of RECAR (Research Center for Autonomous Road vehicles) Budapest University of Technology and Economics and Eötvös Loránd University blend the university education and the practical experience (recar.bme.hu/).

Practices in the field of startups in Hungary

More steps, stages are required to create a startup starting from an idea, the seed and startup stage, to growth stage. Startups can have a positive effect on the development of a country, contributing its competitiveness, when new products or services are introduced (Müller – Rammer 2012). The Digital Startup Strategy of Hungary divides the life cycle of early stage startups into 4 parts: "Idea, validation, efficiency and business model". Problems are formulated in *idea* phase and proposals are drawn up for solutions. After that, one or more persons prepare the business concept. At this stage customer needs are measured, and the first product or service becomes available. The team forms at the end of idea phase. Mentors and business angels also contribute to start a startup and strengthen the cooperation. In validation phase it is important to decide that your product or service is ability to market.

Furthermore, whether the team have a chance to achieve a growth in the startup. At this stage, the prototype is prepared, which is brought to the market. In addition to the former investors, accelerators and incubators also appears in the seed phase of validation and they contribute to exposure of sources. In the phase of efficiency and business model, the enterprise becomes market mature and it is replaced by growth ahead. The revenues remain in the enterprise, which is invested in new developments. In the stage of real growth the enterprise has a profit and it gets to the „scale-up level” (a late startup, growth phase).

Besides the venture capital, the enterprise can receive support similar to JEREMIE (Magyarország Kormánya 2016, pp 27-30). 28 JEREMIE venture capital fund has been established in Hungary after 2011 to provide a reimbursable aid (partly private, partly public funds) for enterprises in early (seed and startup) or growth stage (Pressonline Kommunikációs Tanácsadó Kft. 2015). In recent years and nowadays, the angel investors and Hiventures supported with significant resources the starting, operating, growth and development of startups. Hiventures is one of the largest venture capital fund manager of the Central and Eastern European region (with with HUF 100 billion capital). Its mission is the development of domestic innovation ecosystem. It is committed in strengthening entrepreneurial culture, in support of operated company and to encourage the young generation to become entrepreneurs. Hiventures offers „incubation, seed or growth investment” programmes for enterprises, which are younger than 5 years. At incubation stage they provide support to the realization of the idea for startups and micro-enterprises with HUF 9 million, in exchange they claim 9 % of share. The enterprise may take HUF 30 million membership loan as the next step to get to the next level. *At the validation, seed stage* SMEs can receive HUF 150 million from Hiventures.

At the growth stage the size of venture capital investment can reach HUF 500 million (mailchi.mp).

Cooperations among universities, research institutions and enterprises

OECD research in 2016 found that despite the high level of university education in Hungary, a gap can be experienced in the entrepreneurial competencies of students compared to the average

of all EU member states. It is also partly due to lower student capacity for innovation and entrepreneurship, as well as they are afraid to face the challenges, because they are fear of failure. Consequently, they aim to strengthen the entrepreneurial spirit in Hungarian education from the digital competences to communications (Magyarország Kormánya 2016).

Within the framework of the Industry 4.0 National Technology Platform, cooperation among universities, research institutions, domestic enterprises and SMEs is a key priority. They pay attention to the development of the „production design and management systems”, „smart” model implementations, the development of "energy-efficient and sustainable" production concepts related to R & D & I (research, development and innovation).

The results of innovative technology solutions are utilized both in industry and university education (ipar40kutatas.hu/node/71). The „knowledge centers” also appear in the field of digital (smart) enterprises (Bakonyi et al. 2016, pp 26).

Budapest University of Technology and Economics, Eötvös Loránd University, Széchenyi István University, University of Pécs, University of Miskolc, University of Pannonia, Óbuda University, IVSZ – ICT Association of Hungary, IFKA Public Benefit Non-Profit Ltd. for the Development of Industry, Association of the Hungarian Industrial Parks, Hungarian Academy of Sciences at Institute for Computer Science and Control, Hungarian Association for Innovation, Bosch Ltd., Continental Automotive Hungary Ltd. and Festo Ltd. can be found among the members of Platform Alliance.

The Technology and Knowledge Transfer Office of Budapest University of Technology and Economics operates the Innovation Lab, where DEMOLA Budapest also can be found.

DEMOLA deals with the utilization of intellectual property generated within the university including an idea, research and development (R & D) and their exploitation possibilities (László Bacsa), where students, entrepreneurs and large companies can work together to create new startups (Magyarország Kormánya 2016).

In the frame of RECAR (Research Center for Autonomous Road vehicles) the Faculty of Transportation Engineering and Vehicle Engineering at Budapest University of Technology and Economics will start „Autonomous Vehicle Control Engineering MSc and Computer Science for Autonomous Driving MSc from September 2018 (recar.bme.hu/) to train students, who will have knowledge and skills in the development of self-driving cars. The founding members of RECAR still are: Faculty of Electrical Engineering and Informatics at Budapest University of Technology and Economics, Faculty of Informatics at Eötvös Loránd University, Hungarian Academy of Sciences at Institute for Computer Science and Control and industrial cooperative partners, such as Bosch Ltd., Continental Automotive Hungary Ltd.

One of the Knowledge Center of Faculty of Informatics at Eötvös Loránd University is EIT Digital. The mission of EIT Digital is to achieve breakthroughs in digital innovation market and support the entrepreneurial talents.

The following strategic objectives were identified:

- innovation and entrepreneurial investments, which will accelerate the market penetration of digital technologies,
- investments to education related to related to entrepreneurial knowledge, promoting the entrepreneurial spirit and digital leadership skills,
- supporting pan-ecosystem, through cooperation with partner institutions.

EIT Digital Budapest promotes the development of innovative ICT ecosystem not only in Hungary but also in Central and Eastern Europe (EIT Digital 2016), because it has international cooperations with 8 Nodes (Berlin, Eindhoven, Helsinki, London, Madrid, Párizs, Stockholm, Trento) and Silicon Valley hub (eit.europa.eu/). Nodes provide the opportunity to be knowledge transfer among Budapest and other cities, within double degree programme and/or traineeship programmes.

Results

The results of the questionnaire survey

I applied online and personal questionnaire survey from 2 April 2018 to 26 April 2018. I had to excluded five respondents from 91 respondents, because they gave contradictory answers for two questions, for this reason 86 respondents remained in the sample. The results of the survey may not be considered representative, because I received less answers related to the questionnaire. It can be said that the most respondents live in the capital city (32.6 %). More answers arrived from Csongrád (14 %), Győr-Moson-Sopron (14 %) and Pest counties (11.6 %), linked to University of Szeged, Széchenyi István University and Szent István University. Less answers arrived from Békés (3.5 %), Bács-Kiskun (4.7 %), Borsod-Abaúj-Zemplén (3.5 %), Tolna (2.3 %), Komárom-Esztergom (4.7 %) and Veszprém (3.5 %) counties. Very few students have the residence in other counties (Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok, Vas, Zala and Fejér counties). Five counties were not included in the sample, because students do not live in these counties.

Figure 1 shows the response rates of university students, according to the higher education institutions. The most students is studying at Szent István University (47.7 %). Besides this, higher response rate was at University of Szeged (20.9 %) and Széchenyi István University (19.8 %). 3.5-3.5 % response rate was at Budapest University of Technology and Economics, and Eötvös Loránd University. Students also were from University of Miskolc, National University of Public Service and Budapest Metropolitan University, but very few students filled out the questionnaire from these universities (Figure 1).

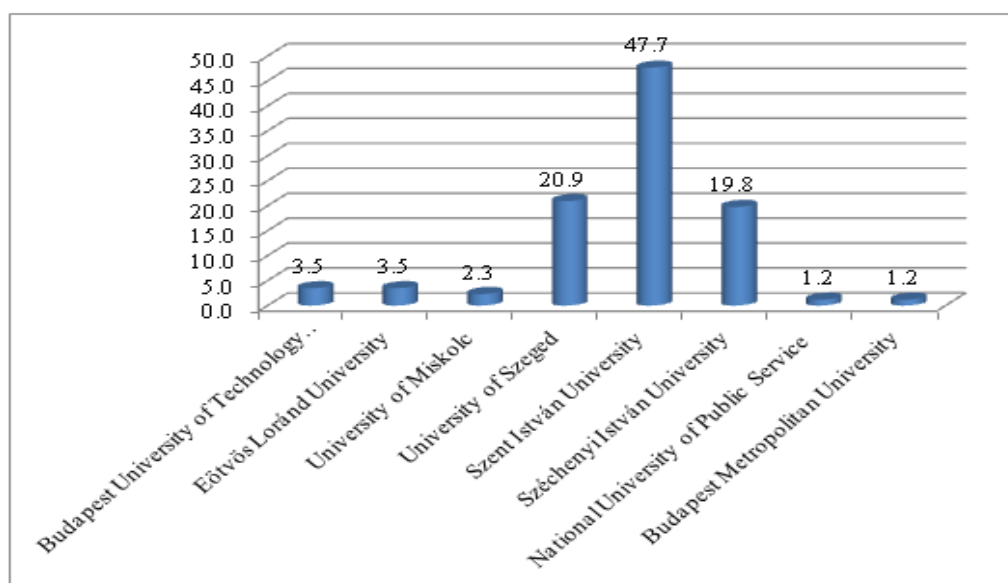


Figure 1: The rates of university students, according to the higher education institutions (%)

Source: own edition

53.5 % of the respondents is studying in BSc or BA, 36 % in MSc or MA, 7 % in higher vocational education and 3.5 % in a Doctoral Programme. The most students is studying in full-time (62.5 %), less students in correspondence programmes (33.7 %). However, some participate in distance learning programme (2.3 %) or night school (1.2 %). Most of them is 20-26 year olds. 61.6 % of students are female and 38.4 % of them are male.

It is important to examine that how the entrepreneurial courses are common. 62.8 % of students said that there are entrepreneurship courses. 43 % of students attended entrepreneurship course and at present 27.9 % of them attends these courses (Figure 2).

More students have not entrepreneurial skills, because they are not integrated to the syllabus of their field.

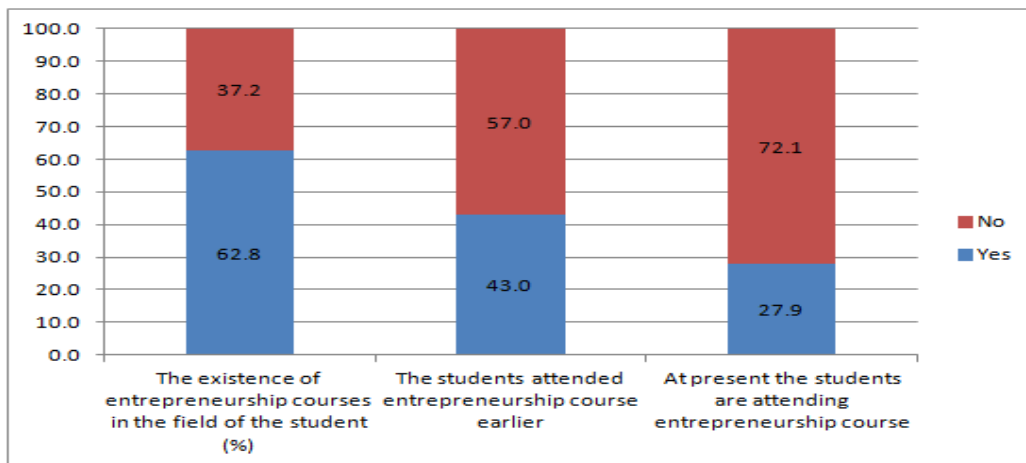


Figure 2: The rate of the university students related to entrepreneurship courses (%)

Source: own calculation

31.4 % of 86 students consider entrepreneurship education very important (on all the 10 numbers of the scale). 36.1 % of students (23.3 % + 12.8 %) think that it is important to study entrepreneurship (Figure 3).

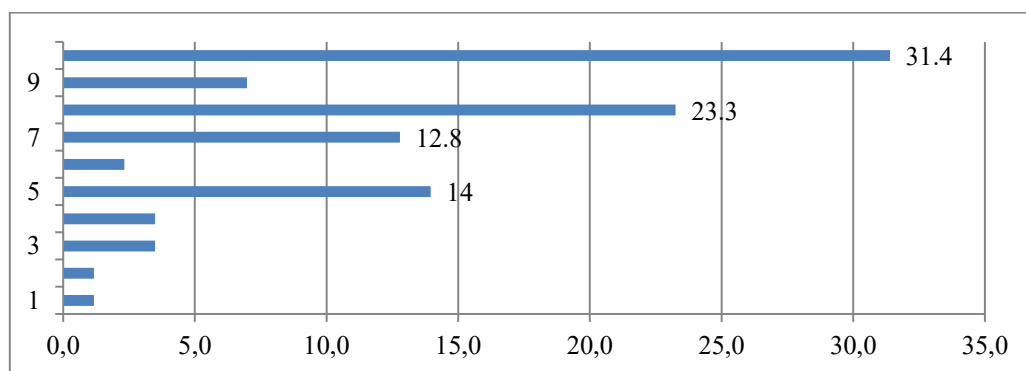


Figure 3: A The necessity of entrepreneurship education (%)

Source: own edition

Students can acquire entrepreneurial skills outside the university in many ways. In the future 58 students would participate in online entrepreneurship courses. Most of them would prefer the free courses in the following areas:

- courses based on the measurement of free basic and digital skills: 21.6 % of students,
- free basic trainings: 20 % of them,
- free one-month startup training: 18.4 % of them,
- free three-month training in basic software development: 12.8 % of them.

Furthermore, some students would also participate in in paying online courses:

- 2-month business development training: 2.4 % of them,
- 3-month enterprise development and business development training: 6.4 % of them,
- 6-month comprehensive training, including domestic investors: 5.6 % of them,
- 6-month comprehensive training, including domestic and international investors: 3.2%
- 6-month comprehensive training, also including software development training, domestic and international investors: 8 % of them.

50 % of students (43 persons) would take part in in corporate internship programme.

24.4 % students already work in enterprise. 14.3 % of them work as enterprise founder, specialist or consultant. Some of them as capital owners contribute to the operation of the enterprise.

65 students do not work in enterprises, but 16.9 % of them want to start a startup in the near future. 61.5 % of them think about it they will may launch a startup later (Figure 4).

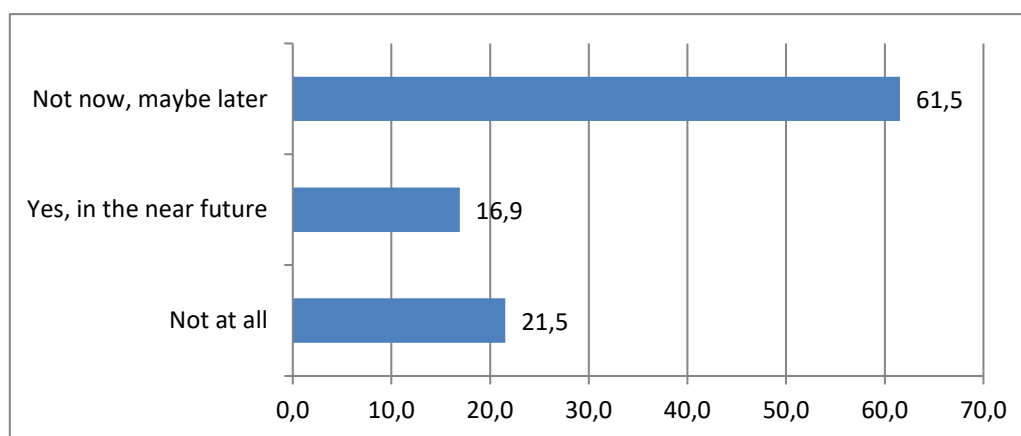


Figure 4: The startup readiness of students (%)

Source: own edition

However, the students also need sufficient motivation and professional digital knowledge.

21.05 % of students thinking of launching their own business feel very strong motivation (on a scale of 1-10). 13.16 % of them are moderately motivated to start their own startup (Figure 5).

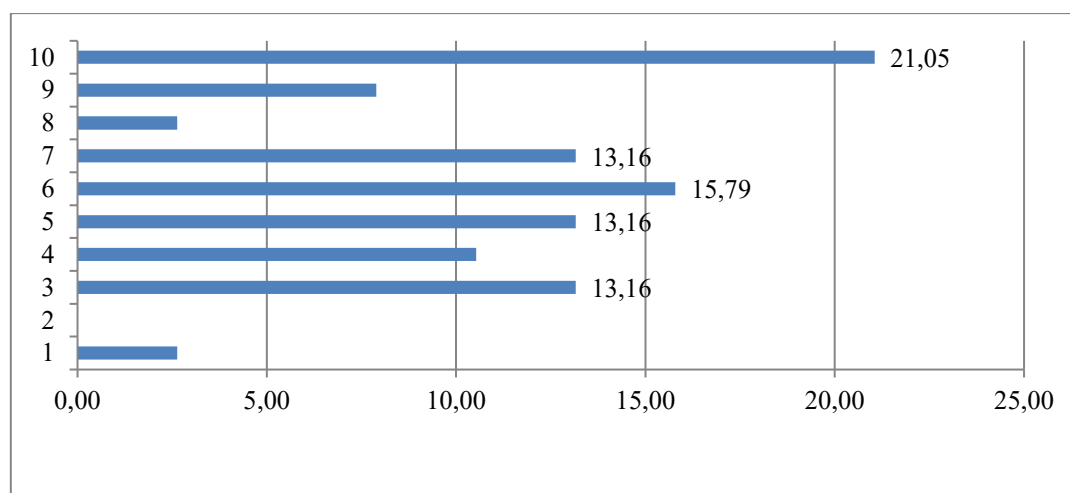


Figure 5: A The strength of startup motivation (%)

Source: own edition

I tried to measure the digital competences of the students on the one hand, through the knowledge of programming languages, on the other hand, through the digital tasks, content, tools and developments, thirdly, based on the students' perception. Digital skills are important to launch a startup, but not everyone has to be a programmer or software developer. It is more important that the workers have more competencies in an enterprise.

The most students have a general digital competences (they can collect, store and manage digital data and information; they can edit digital content; they can share digital content). The systems approach, creativity and the expanding knowledge are moderately typical of the students (they can analyze digital data and information; they can give instructions to a computer system; they can creatively use digital tools). The students have lower digital literacy related to innovation, development and entrepreneurship (they can develop digital content, they can use digital tools to create innovative products and services, they can take part in software development) (ec.europa.eu/jrc/en/digcomp/).

I asked the students how they evaluate their digital competences. 32.6 % of the students think that their competences are moderate. 19.8 % of them said that they have a little bit stronger competences. Only 7 % of the students they take the view that their digital competence level is very strong.

I got 279 answers for the following question: which programming languages students studied. More students can also use more programming languages. The most students can use Excel (27.6 %). The second most commonly used computer programming language is HTML (8.2 %). Android is on the third place (5.4 %). It occurs in more than 3% in MATLAB (3.9 %), SAP (3.6 %), AutoCAD (3.6 %) and MySQL (3.2 %). Some students studied C, C++, C#, Python, VisualBasic.Net, Turbo Pascal, JavaScript, CISCO and Solid Edge programming languages (individual each over 2 %).

I received 620 responses from 86 students to the question that in their opinion, which competences and factors are important to a successful enterprise.

They marked the following as the most 5 important human competences:

- problem solving skills (7.7 %),
- motivation (7.1 %),
- creativity (6.8 %),
- cooperation (6.5 %) and
- entrepreneurship (6 %).

According to students, the contact network also is essential to the success of an enterprise (6 %). On the other hand, in addition to the human competences, any enterprise does not work without financial resources (5.5 %).

Only 67 students from 86 answered that which competences are mostly required for a e-leader (those person, who can identify and exploit opportunities for innovation with ICT, design business models, has adequate practice in the following fields: „strategic leadership”, „digital savvy” and „business savvy” (European Commission 2015, p. 6)).

The lower number of the filling is due to the fact that more students could find the necessary time, too much to this question, for this reason some did not fill out it or finis hit. I gave 45 elements, from which 5-5-5 competences, skills and proficiency could be classified in three groups. In the three groups I highlighted those that received the five most signs. In the dimension of „strategic leadership” (European Commission 2015, p. 6) the most students (44 persons) think that the strategic leadership skills are the most important. Besides this, more students marked the „enterprise political commitment” (20 persons), „monitoring and benchmarking”, work distribution (18-18 persons), the management of workers (17 person), „creativity” and marketing (14-14 persons) as needed leader expectations (Figure 6) (European Commission 2015, p. 15, p. 25).

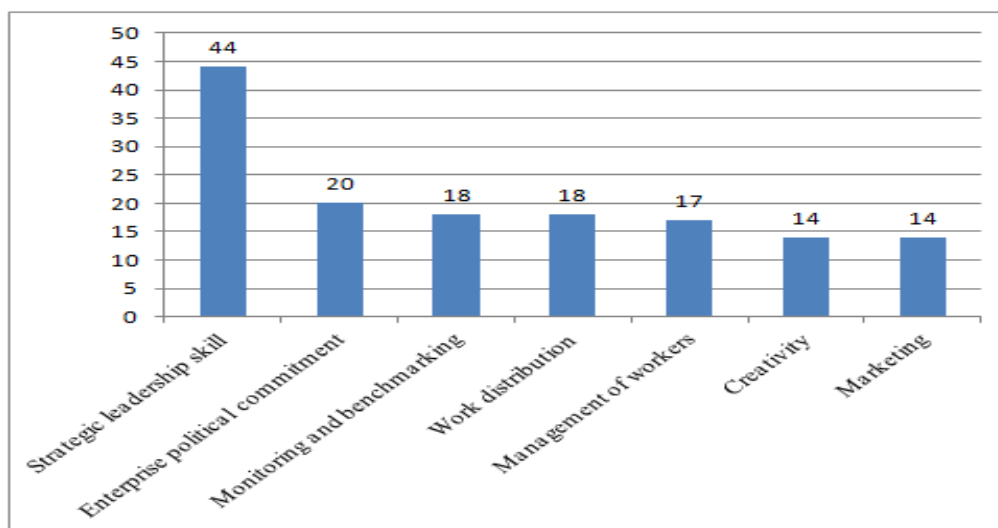


Figure 6: The most important competences and skills required from e-Leader in connection with the strategic leadership

Source: own edition

The respondents consider that the digital approach is the most important related to „digital savvy” (42 persons). E-leader must also have digital (34 persons), „cloud computing” and „big data analysis” (23-23 persons), software development (18) skills, as well as skills to vizualization and „mobile app design and development” (13-13).

The respondents think that a digital leader can manage effectively the enterprise with „business savvy” (37 persons), sales skill (29 persons), experience in marketing (24), „business development” (20), „market analysis” and cost planning skills (17-17 persons).

45.3 % of the students (39 persons) think that teachers have common digital competences on the first place. 38.4 % of the total respondents put the digital pedagogical readiness of teachers in the second place. 38.4 % of students can find that teachers are lagging behind in professional digital competencies.

I wondered with which competences the university students characterize the teachers from the given competences, because it has been found in literature that many teachers have to develop their competences and innovation skills. However, other competences are also required to be more effective education. 32 students think that the teachers have a high level of critical thinking. More students found that besides critical thinking, the teachers can understand the students. The students highlighted the problem solving ability of teachers (22.4 %) in the third place. According to the students, the innovation capacity and digital skills of teachers do not reach the required levels.

The results of the research interviews

The main topic of my research is innovation and educational development including entrepreneurship, digitization, ICT, startup, university-enterprise cooperations, for this reason I had been looking for universities, where these practices and methods were integrated into the syllabus. I made interviews at Budapest University of Technology and Economics („BME”), Eötvös Loránd University, Széchenyi István University and University of Szeged.

It is established based on personal experience (taking part in a course at „BME” and in practical work at DEMOLA) and the interviews making with teachers that the practical tasks are the important parts of entrepreneurial, startup courses everywhere. Students can work in teams on different project ideas. It is important both at DEMOLA and Eötvös Loránd University that the students can find solutions for real industrial, corporate problems creating added value. The solutions for industrial problems will be expected to be more pronounced at Széchenyi István University from this autumn.

According to László Bacsa (the leader of DEMOLA and the director of Technology and Knowledge Transfer Office at Budapest University of Technology and Economics), the startups have become very fashionable. There is a great need for that ideas at different stages, levels and their implementations to get appropriate support. The students can achieve success with the use of most efficient resources. There are a lot of research results and technological solutions at Budapest University of Technology and Economics. However, they are not enough for a successful enterprise. The students are much more important to have skills and thinkings, with which can take success at any level. Some projects at DEMOLA have already received investments from Hiventures, but they reached EUR 10 million investment before Hiventures.

How do practical activities take place?

There are student projects and DEMOLA projects. In DEMOLA projects the students are working on solutions, where they can cooperate with the owners of the problems. It also is good, because the students study to create value responsibly. The projects also have an educational role. The greatest strengths of DEMOLA are that projects in various development stages with competences sometimes iterate. The students cooperate with each others. They get

to know experiences, successes and failures of each others and they go together step by step (László Bacsa).

From Idea to Business course help the students to increase their entrepreneurial skills and promote team spirit.

How do education and practical activities take place in from Idea to Business course?

This course has taken place for seven years and I always make a little change on the syllabus. About 40 students participate in this course, but 10 % of them gave up it in the first or second week. Basically, I try to encourage the students to reach to the constructing, the testing and the presenting of the business model. The course is closed by a pitch. They are BSc engineering students. I want to enable them to review their basic idea not only technically, but also from the market side. I can see that half a year is enough to go and watch whether potential customers like your idea. Students continually report their activities, which works very well in my course. They will be aware that what they want. It will also be a great achievement if they can present the results of product testing. I trust that some student teams will be, who are more enthusiastic and realize their ideas. As a result, we get to StartITup, ecosystem building in Győr. It is important that we make this course permeable to the partners. I invite the organizers of StartITup and at the end of the course the students can receive a pulse whether their idea can be adapted to Hiventures investment.

Is there a practice as DEMOLA in Budapest, where students are outsourced?

We also would like to outsource students for corporate problems. It is an important priority of Széchenyi István University. We will want to achieve that the students can find solutions for practical problems and they will take corporate development work in multidisciplinary teams. We try to strengthen it in the frame of our Department and Management Campus.

I wanted to take a deeper look at how the entrepreneurial education work at an university, which has a partnership relationship with European Institute of Innovation & Technology (EIT) and international universities.

The EIT Digital Budapest Node has „three main pillars: education, research and business branch." Zoltán Istenes is the leader of Doctoral School at EIT Digital Budapest Node, as well as an academic coordinator of Master Programmes and a teacher of Eötvös Loránd University.

How do education and practical activities take place?

The students work on a lot of case studies. Besides this, there are online videos. We invite enterprises from time to time and the students have to work on projects focusing on corporate problems. It is not a requirement that every students launch a business. The business creation or startup is only a part of innovation and business knowledge. There is also innovation processes within the enterprise. Besides this, the students encode the tasks, they also know that what solutions are needed. They can invent new ideas, which are economically marketable. Ericsson is our good partner, where serious innovation processes are. Many student teams are at Ericsson.

Conclusion

Within the framework of the Industry 4.0 National Technology Platform, cooperations among universities, research institutions, domestic enterprises and SMEs are key priorities in

connection with the first question. EIT Digital, Budapest University of Technology and Economics, Eötvös Loránd University and Széchenyi István University can be found among the members of Platform.

It is established based on personal experience (taking part in a course at „BME” and in practical work at DEMOLA). According to the interviews making with teachers, the practical tasks are the important parts of entrepreneurial, startup courses everywhere. Students can work in teams on different project ideas. It is important both at DEMOLA and Eötvös Loránd University that the students can find solutions for real industrial, corporate problems creating added value based on the second question.

H1: The result of the questionnaire survey may not be considered representative, because I received less answers. More students have not entrepreneurial competences, because they are not integrated to the syllabus.

H2: The following hypothesis has not been confirmed: the university students are less motivated to set up their own startups. However, it turned out to be that 24,4 % of the students already work in enterprises and 16,9 % of them want to start their startup in the near future. Furthermore, 61,5 of the students think about it they will may launch a startup later.

In the last years significant changes have occurred in the technology. More and more startups and technological innovations will be needed to serve the consumers' needs and they provide solutions to industrial problems. Educational syllabus also should be developed involving entrepreneurial online courses and corporate and academic cooperation should be strengthened, in which DEMOLA serve as a model for other universities. The students will have such a knowledge, which can be applied in practice.

Acknowledgement



Supported by the ÚNKP-17-2 New National Excellence Program of the Ministry of Human Capacities

References

1. Ács, Z. – Szerb, L. –Ortega, R. –Aidis, A. R. – Coduras, A. (2015): The Regional Application of the Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI): The Case of Spain. *Regional Studies*, Vol. 49, No. 12, pp 1978-1980
2. Bakonyi, P. – Cinkler, T. – Csoknyai, T. – Hanák, P. – Kovács, K. – Prikler, L. – Rohács, D. – Sallai, Gy. (2016): Smart City megoldások hat kulcsterületről. *Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Egyesült Innovációs és Tudásközpont (BME EIT)*, p 23, pp 26-28., http://smartpolis.eit.bme.hu/sites/default/files/dokumentumok/BME-EIT%20Smart_City%20megolda%CC%81sok%20hat%20kulcsteru%CC%88letro%CC%8B1%202016%20A4.pdf. Accessed: 30. May 2017.
3. Buzás, N. – Lukovics, M. (2015): A felelősségteljes innovációról. *Közgazdasági Szemle*. LXII. évf., Szeged, pp 438-440, http://epa.oszk.hu/00000/00017/00225/pdf/EPA00017_kozgazdasagi_szemle_2015_04_438-456.pdf. Accessed: 04. June 2017.

4. Cseh, J. – Egervári, D. – Horváth, J. B. – Pankász, B. – Szebenyi, E. – Szellő, J. – Zádori, I. (2017): Digitális kompetenciák és a pályorientáció munkaerő-piaci összefüggései a 21. században. Kutatási zárótanulmány. „Közösen a jövő munkahelyeiért” Alapítvány, Pécs, pp 5-6, p 9, p 11, p 18, p 26
5. Dashja, E. – Gareis, K. – Markus, P. – Stabenow, T. (2015a): e-Leadership Skills for Small and Medium Sized Enterprises. Country Report Austria, Bonn and Brussels, http://eskills-lead.eu/fileadmin/lead/reports/country_reporst/lead_contry_report_austria.pdf
Accessed: 04. June 2017.
6. Dashja, E. – Gareis, K. – Markus, P. – Stabenow, T. (2015b): e-Leadership Skills for Small and Medium Sized Enterprises. Country Report Hungary, Bonn and Brussels, http://leadership2015.eu/fileadmin/lead/reports/country_reports/lead_country_report_hungary.pdf. Accessed: 31. March 2018.
7. EIT Digital (2016): Annual Report 2016. EIT Digital, Brussels, pp 8-9, p 23
8. Európai Bizottság (2017): Csúcstechnológiai vezetői készségek Európában. Európai Bizottság Belső Piaci, Ipar-, Vállalkozás- és KKV politikai Főigazgatóság, Brüsszel, pp 3-5, p 19, p 22, http://eskills-scale.eu/fileadmin/eskills_scale/country_reports_high-ship_skills_for_europe_status_may_2017/_high-tech-leadership-skills-master_hu.pdf. Accessed: 04. June 2017.
9. European Commission (2015): E-Leadership. Digital Skills for SMEs, Germany, p. 6, pp. 15-17, p. 25, http://eskills-lead.eu/fileadmin/promote/documents/eleadership_digital_skills_fin.pdf
Accessed: 05. June 2017.
10. Foray, D. – Raffo, J. (2014): The Emergence of An Educational Tool Industry: Opportunities and Challenges For Innovation in Education. Economic Research Working Paper No. 19, World Intellectual Property Organization (WIPO), p 3, http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_econstat_wp_19.pdf
Accessed: 02. June 2017.
11. Gubik, A. – Farkas, Sz. (2017): A felsőoktatási intézmények szerepe a hallgatók vállalkezési hajlandóságának alakításában. „Mérleg és kihívások” X. Nemzetközi Tudományos Konferencia. Miskolc-Lillafüred. pp 544-548
12. Inzelt, A. (2004): Az egyetemek és a vállalkozások kapcsolata az átmenet idején. Közgazdasági Szemle. LI. évf., pp 870-872, <http://efolyoirat.oszk.hu/00000/00017/00107/pdf/05MHinzelt.pdf>. Accessed: 04. June 2017.
13. Karpov, A. (2017): The Modern University as a Driver of Economic Growth. Models and Missions. Problems of Economic Transition, Taylor & Francis Group, Vol. 59, nos. 11–12, LLC, pp 922-923
14. Kollmann, T. - Stöckmann, C. - Hensellek, S. – Kensbock, J. (2016): European Startup Monitor. p 3, p 5, pp 8-9, pp 14-15, p 85, http://europeanstartupmonitor.com/fileadmin/esm_2016/report/ESM_2016.pdf.
Accessed: 02. April 2018.
15. Magyarország Kormánya (2016): Magyarország Digitális Startup Stratégiája. Digitális Jólét Program. Budapest, p 21, p 25, pp 27-30, <http://www.kormany.hu/download/d/8c/e0000/Magyarorsz%C3%A1g%20Digit%C3%A1lis%20Startup%20Strat%C3%A9gi%C3%A1ja.pdf>. Accessed: 05. March 2018.
16. Makra, Zs. (2012): Az egyetemi spin-off vállalkozások fogalma, létrejöttének folyamat és lehetséges kategorizálásai. IBS Working Paper. International Business School, Budapest, pp. 5-6,

- http://www.ibs-b.hu/data/downloads/2015/09/10/WP4_12_Az_egyetemi_spin-off_v%C3%A1llalkoz%C3%A1sok_fogalma.pdf Accessed: 05. March 2018.
17. Müller, B. – Rammer, C. (2012): Start-up promotion instruments in OECD countries and their application in developing countries, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Bonn and Eschborn, pp. 6-8, <http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/gutachten/start-up-promotion2012.pdf>. Accessed: 30. May 2017.
 18. OECD (2017): Key issues for digital transformation in the G20. Report prepared for a joint G20 German Presidency/ OECD conference. Berlin, Germany, p 10, p 15, p 37, p 44, p 105, <http://www.oecd.org/g20/key-issues-for-digital-transformation-in-the-g20.pdf>. Accessed: 01. June 2017.
 19. Pressonline Kommunikációs Tanácsadó Kft.(2015): Üzleti tanácsok induló kreatív vállalkozók számára. Start Up Guide program. p 48, http://www.sztnh.gov.hu/sites/default/files/sug_art_final.pdf. Accessed: 23 April 2018.
 20. Tettamanti, T. – Varga, I. (2016): A jövő intelligens járművei és az infokommunikáció hatása. Magyar Jövő Internet Konferencia. LXXI. évf., pp. 59-61 p 63, http://www.hte.hu/document/10180/1727937/HT_20161_MJIK2015_9_Varga_Tettamanti.pdf Accessed: 25 February 2018.
 21. Veugelers, R. - Del Rey, E. (2014): The contribution of universities to innovation, (regional) growth and employment. Prepared for the European Commission. European Expert Network on Economics of Education (EENEE). Analytical Report No. 18, p 36, http://www.eenee.de/dms/EENEE/Analytical_Reports/EENEE_AR18.pdf Accessed: 2 5. February 2018.
 22. Vilmányi, M. (2011): Egyetemi-ipari együttműködések a kapcsolatmarketing nézőpontjából. Vezetéstudomány, XLII. évf. 2011/1. szám, <http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/2559/1/vt2011n1p52.pdf> Accessed: 10. March 2017.

Internet references

1. <https://mailchi.mp/870ad47a275a/startup-szerda-ismerd-meg-a-hiventures-befektetsi-programjait>
2. <http://recar.bme.hu/>
3. <https://www.empirica.com/about/the-company/>

THE MARKETING CHANNELS OF THE LOCAL FOOD PRODUCTION AND THEIR FOOD SAFETY REQUIREMENTS¹

Nagyné Pércsi Kinga

associate professor

Faculty for Economics and Social Sciences, Szent István University

E-mail: nagyne.pecsi.kinga@gtk.szie.hu

Abstract

As the consequence of the modernization of the consumer habits and the intensive concentration process in retail sector there is an emerging need for building closer consumer- producer relations (Szabó, 2014).

Local food production and localized food supply chains, often referred as food relocalisation, have recently become the focus of attention among consumers, producers, as well as policy makers (Balázs, 2012). These systems have a long tradition in the United States and in Western Europe, and they also have deep historic roots in Hungary (Balázs et. al, 2015). In Hungary about 70% trust more in farmers, compared to 30% in stores (Eurobarometer, 2011).

The organic food producing activity is a special category in the range of local food production. The consumers usually keep the local food products healthier, fresher and safer as compared to the food marketed in the conventional food supply chains. This is even true for the organic food. In this case the consumers approve and appreciate the producing method also. However the market of organic products is quite small in Hungary, based on its development potential it has strategic importance (Szakály, 2004, in Szente, 2015).

Relating to the abovementioned the aim of this article is to introduce the main marketing channels of Hungarian local food production, the relating most important food safety problems. I paid a special attention to the marketing channels of local organic production, because in this product circle the food safety requirements have vital importance.

Keyword: *food-safety, organic food consumption, consumers' attitude, purchasing behaviour, organic marketing channels*

JEL Classification: *Q19, R10*

LCC: *SI*

Introduction

The increasing market share of the corporate retail chains and the global food traders was very obtrusive at the beginning of the new Millennium and rather after the EU joining on the Hungarian food market. The increasing impact of large corporate retail chains in the Hungarian food market has had major repercussions on the purchasing patterns of consumers, as well as the distribution stream of Hungarian products (Csáki and Jámor, 2009). In a short period not only was the landscape of the food retail scene completely changed, but also the consumption patterns of Hungarian citizens. This usurping of control of the food market in Hungary, and its

¹ This work was created in commission of the National University of Public Service under the priority project KÖFOP-2.1.2-VEKOP-15-2016-00001 titled "Public Service Development Establishing Good Governance" and the Cooperative Partner/Institution

corresponding influence on consumer shopping patterns had repercussions on both the conventional and organic production sectors in Hungary (Balázs et al., 2015)

Relating to the above mentioned it should be noted that just as the consequence of the modernization of the consumer habits and the intensive concentration process there is an emerging need for building closer consumer- producer relations (Szabó, 2014). Local food production and localized food supply chains, often referred as food relocalisation, have recently become the focus of attention among consumers, various NGOs, producers, as well as policy makers (Balázs 2012, Benedek - Balázs 2014). Nagy et al (2017) stated that small local clusters with non-traded activities (such culinary products) can connect local suppliers and producers and these clusters can have impact on their surrounding region. These systems have a long tradition in the United States and in Western Europe, and they also have deep historic roots in Hungary, even if the tradition was dented by the rapid shift to factory farming first in the country's socialist era and then during the large scale commercialization of the food chain by multinationals after 1989 (Balázs et al., 2015).

The term Short Food Supply Chain (SFSC) covers a wide range of distribution channels and is considered to be more appropriate when it comes to empirical research. In SFSCs small geographical, social and cultural distance between producers is typical; such as the demand for environmentally friendly/conscious production and consumption patterns (Balázs et al., 2015).

Food relocalisation tendency is influenced by among other an increasing interest and a conscious claim for healthy, verifiable food products and for transparent supply chains. Products of small-scale producers are generally considered to taste better, be more nutritious and fresh, healthier, more reliable, and authentic, often despite not having any quality (eco, organic) or regional labels (Kneafsey et al. 2013). A Eurobarometer publication from 2011 recorded high support of local products in all EU countries: pointing out that half of EU citizens 'totally agree' that there are benefits to buying local food (Eurobarometer, 2011). According to another Eurobarometer survey the transparency of the supply chain and the problem of uncertain origin emerged as new factors in consumers' decision making processes in 2010. The uncertain origin emerged among 7% of the surveyed citizens as a possible risk (Eurobarometer, 2010) Eurobarometer data also show that citizens are interested in food security issues, and an especially high portion of them in chemical content. Europeans indicate higher trust in farmers than the food supply in major supermarkets. In Hungary about 70% trust more in farmers, compared to 30% in stores. Europeans also prioritize the origin of food, and about 75% regularly check product labels (Eurobarometer, 2011).

The direct Short Supply Chains can be grouped in four main category. These are the followings "through intermediary", "with home delivery", "from open farm" or "on selling point". Every category has two subtypes, namely the traditional and the modern forms (Szabó, 2014). Hungarian modern direct distribution channels include ad hoc distribution events – focusing on seasonally available and limited varieties of products; various arrangements of box schemes/shopping communities (with usually 20-30 farmers and probably few hundreds of regular customers); websites providing access to local products and producers; web shops of local/farmers products (termelotol.hu; naturhalo.hu; kamratura.hu; 30km.hu; egyhazaji.hu) (Balázs et al, 2015).

The survey data of Csíkné Mácsai (2013) from 2011 showed that 84% of the citizens buy food from the producer directly at least few occasions per year. The most popular direct selling form were the markets grouped to the traditional marketing point category. It has a share of 71%. Juhász and Szabó (2013) analysed the market assessment of the producers and the consumers

in their study and got the similar results. Most of the survey participants, 30%, visit one of the Hungarian markets on weekly basis, while 14% use this marketing channel more than once a week.

In contrary with the abovementioned a nationally representative survey looked at food consumption patterns in Hungarian society and the public perception of supermarkets vs local food (Medián, 2012). The survey was carried out through 1200 personal interviews in July 2012 on a population over the age of 18 years old. The main lesson that can be learnt on food store choice is that Hungarians most often buy food either in local small food shops or in supermarkets - both retail venues are frequented by seven out of ten people. Only a minority of 13 percent directly buys food from farmers on a regular basis.

Local food shops or direct sales from farmers are more frequent in the rural areas and villages. In Budapest people typically prefer supermarkets, hypermarkets and at the same time farmers markets (Medián, 2012).

The consumers expect the products to be fresher, pure, healthy, natural, nutritious, better tasting and safe than their mainstream “industrial” counterparts. However it is questionable whether all of these expectations are realistic (Ter Kuile, 2012). However the consumers feel the local food bought in SFSC safer it should be mentioned that the small scale producers have gap in food hygiene knowledge. Additionally the authority put more emphasises on the control of high risk food producers, so the food safety conformity controls among small scale producers, whose product get to fewer consumers, has low rate. According to the data of NÉBIH (National Food – Safety Authority) only 2.8% of the total controlled food connected to the food producing, marketing and catering activity of small scale producers. In 2.2% of the controlled products punishment was inflicted, which was 1% higher than a year before in 2010. According to the data from 31 July 2013 this ratio increased further with 2.7%. The ratio of the withdrawn products was 0.5% in 2011, 1.7% in 2012 while it reached 6% in 2013 (Szabó, 2014). Jancsó (2015) compared the directly marketed raw milk and the processed milk hygienic characteristics and found that the aerobic mesophilic microorganism content well exceeded the remained under the limit (100.000 cfu/ml). It referred to serious hygienic problems that 46% of the analysed samples exceed 1.000.000 cfu/ml. Most of the results belonged to this category.

The organic food producing activity is a special category in the range of local food production. The consumers usually keep the local food products healthier, fresher and safer as compared to the food marketed in the conventional food supply chains. This is even truer for the organic food. In this case the consumers approve and appreciate the producing method also. Consumer interest in organic foods in Hungary is driven by the perceived health benefits associated with consuming goods free of chemical additives and pesticide residue (Balázs et al. 2015). On the other hand, solidarity with local producers, and the associated environmental benefits also drive sales. The consumers’ trust, the personal and direct consumer - producer connection is dominant factor at purchasing decisions of organics. The organic food consumers are interested in who has produced food items they consume and where they have originated. Organic food consumers may also be motivated by knowing and supporting the individual who has produced their food as opposed to supporting a faceless corporation or distant producer (Strenchock, 2012).

Beyond the abovementioned health and environment protection, the food safety aspects, the sensory and the so called ethical quality characteristics mentioned by many studies as a motivation factor to buy organics (Tregear et al., 1994 in Ozguven, 2012; Magnusson et al., 2003 in Ozguven, 2012, Bilal et al, 2015).The organic food buyers have an inclination to pay

higher price for the higher food safety requirements (Schifferstein - Oude Ophuis, 1998 in Ozguven, 2012). Most part of the organic food procurements are due to the environmental protection a food - safety aspects. It should be parallel mention that according to Csíkné (2014) the most important influencing factors at food procurement in the case of an average Hungarian consumer are the price, freshness, food – safety, and the choice. She found that the least important influencing factors are the direct personal contact with the farmers, the producing methods and decreasing of the environment pollution.

If we analyse the role of the direct selling in certain product circles it can be stated that the consumers buy fruits and vegetables, eggs, honey and milk from the producers. These products are purchased from the producers directly by 30% of the consumers (Csíkné Mácsai, 2014).It is also true for the organic food according to our survey but in a higher rate.

Methodology

On the basis of the literature review I introduced the main marketing channels of Hungarian local food production, the relating most important food safety requirements. I would like to pay a special attention to the local organic production and its marketing channels, because in this product circle the food safety requirements have vital importance. On the basis of a survey (Szente, 2015) referred more times in this article, the majority (59,8%) of the respondent is neutral towards the organic origin of products. At the same time, in the case of local products, origin is partially or wholly important for as much as 72.9% of the interviewees. It is worth noting that 62.9% of those who prefer ecologically farmed food products also consider local origin important (Szente, 2015).

To underpin the characteristics of the Hungarian organic food marketing channels we made a survey on the biggest Hungarian Organic Food Market, on the organic market organized by the Biokultúra Alliance which is an interest protecting organization for the farmers. This market was controlled and certified by the largest Hungarian certification body, the Biokontroll Hungária Ltd. The questionnaires were filled up personally on February 2018. Altogether 31 persons could be interviewed this time. The surveyed persons had the opportunity to add their personal opinion to every single question, so this way we could note them and use them in data processing. The applied questionnaires contained 16 mostly closed questions which connected to the consumption pattern, diet, consumers' behaviour, attitude, purchasing channels and the demographic characteristics of the surveyed persons. As I mentioned the surveyed had the opportunity to add their personal opinion and ideas freely. Beside the abovementioned 842 questionnaires were collected with the help of the students attending to the courses of the Szent István University calling "Hygiene in catering" and "Quality assurance and food safety" until the given deadline. The task of the students was to interview their family and relatives, for example their grandparents or parents, aunts and uncles, cousins. It was a requirement that the respondent should be over 18. Among these 842 questionnaires only 102 was suitable for further processing, because only these 102 consumers buy food on organic markets regularly. I used these survey data in my analysis also. The number of the organic food consumers is more than 102 of course but they usually buy organic food in special store and retail chains.

Results

On the basis of our survey it can be stated that those who buy food on organic market are mainly women, in 67%. Maybe it is not surprising that according to a representative survey from 2014 the women answered above the average that they are responsible for the food purchase in their family. The same study found that the women give higher attention to the health impact of food

(Jakopáñez, 2015). 58% of the respondents live in Budapest which can be caused by the high proportion of those who were surveyed in the Organic Market of Biokultúra in Budapest.

61% of the respondent completed tertiary education as it was expected on the basis of the former surveys. 87% said that their income level per capita is on average or higher than average in their family.

According to a representative survey conducted by Medián in 2012 the healthy, seasonal and chemical free products are preferred by the population with higher qualifications and income (Medián, 2013). On the basis of another representative survey in 2014 (Szente, 2015) those, who buy organic products are predominantly women (36.0%), tertiary education graduates (39.9%), white-collar workers (41.9%), or have average or above average income (45.7% and 30.8%).

One of the interesting findings of our survey was the opinion of the organic market consumers about their knowledge in food-safety topics (Figure 1). They had to give a score for their own knowledge from 1-10. The average competence was 7.1, which means a high preparedness of the respondent in this field.

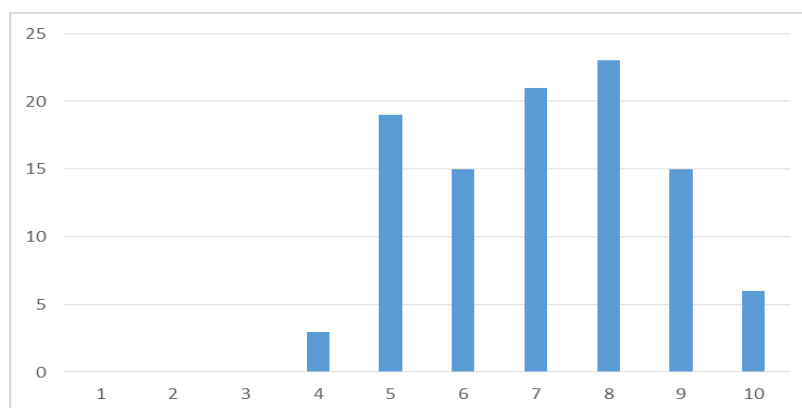


Figure 1: The distribution of the scores given by the organic market consumers for their food safety knowledge

Source: Own data collection and processing, 2018

Most of the respondent gave 8 or 7 scores for their own food-safety knowledge and nobody gave less than 4.

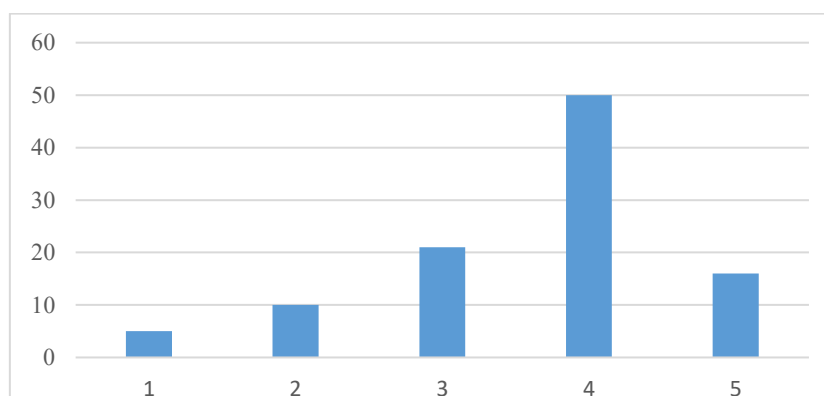


Figure 2: The effectiveness of the food – safety authority according to the respondent

Source: Own data collection and processing, 2018

On average the respondent evaluated the performance of the food – safety authority and the food – safety situation for 3.61 points. It means that the consumers think that the food –safety situation improved in some extent in the last few years. They had to give scores for the performance of the authority from 1 to 5, in accordance with the Hungarian school grading system. Most of the respondent gave 4 (Figure 2).

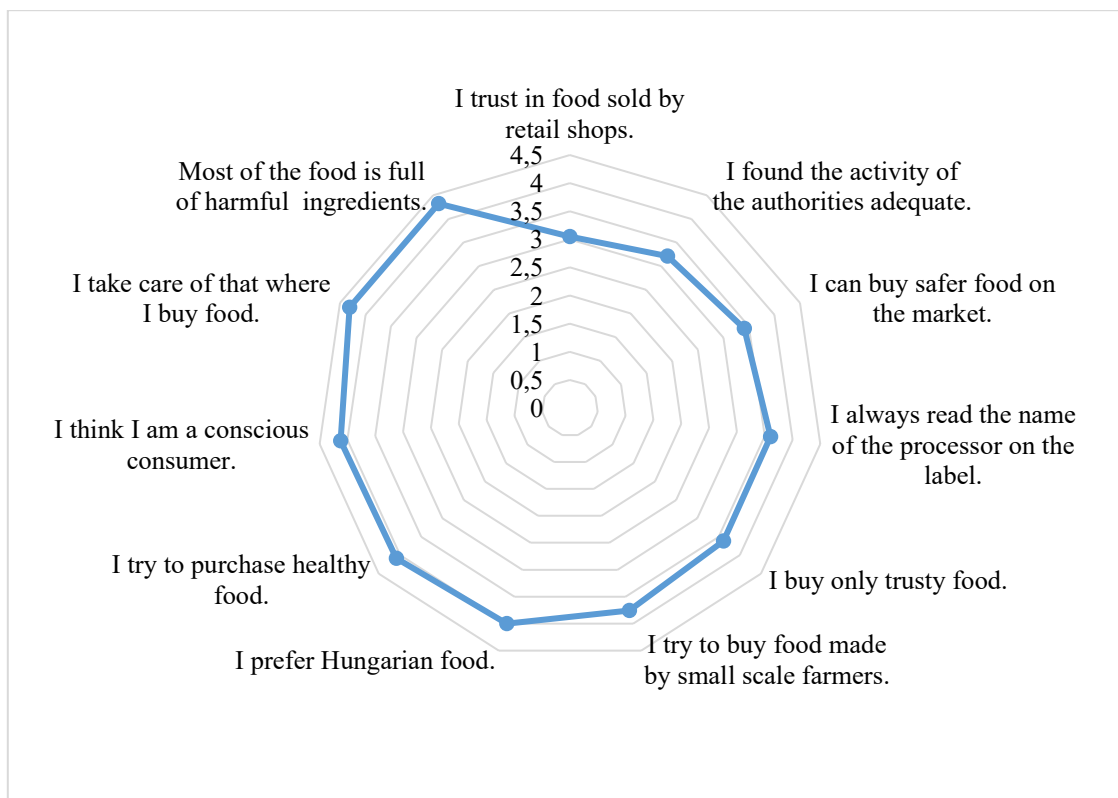


Figure 3: The attitude of the organic market consumers

Source: Own data collection and processing on the basis of Jakopáncz (2015), 2018

It is important and interesting results from the aspect of this analysis that the organic market consumers pay much attention to where they buy food. The respondents agreed in that in great extent. They mentioned on the sixth place that they try to buy food from small scale farmers. They do not think that they get safer food on the market and they do not trust in food traded by food stores (Figure 3).

According to our survey the most dangerous component in foods are the chemicals (Figure 4). This was underpinned by other relevant survey and in accordance with the most important purchase influencing factors (Bilal et al, 2015, Ozguven et al, 2012). It is interesting that the most important factors are corresponding with food safety requirements of the organics. They are free of chemicals, additives and GMO. The consumers percept mould contamination with the same risk rate as the GMO content, however the mould contamination can be a frequent risk in organic production.

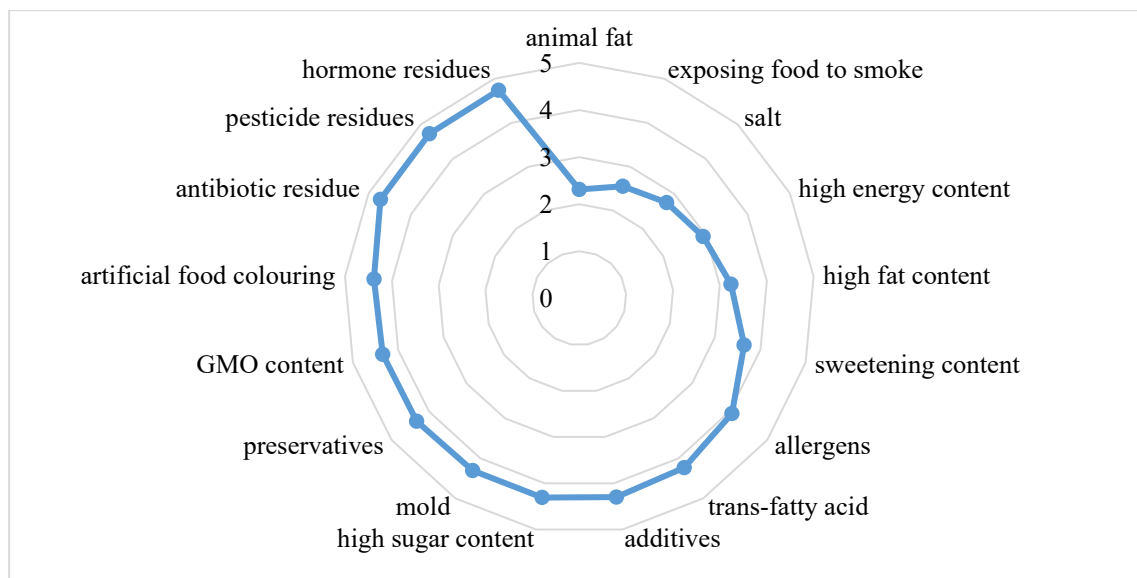


Figure 4: The most dangerous food contents according to the organic market consumers

Source: Own data collection and processing, 2018

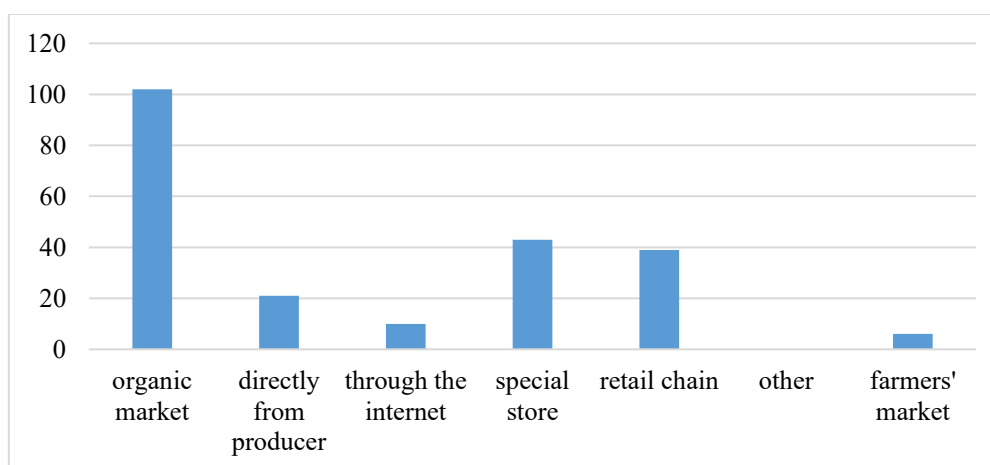


Figure 5: Marketing channels of the organic food

Source: Own data collection and processing, 2018

The most popular purchasing channel of the organic food was the organic market, which usually means a direct contact with the producers (Figure 5). Those consumers who were surveyed directly on the Organic Market in Budapest said solidly that they had direct relations with the farmers on the market. The second most popular form was the special store and the retail chains. Our findings are in accordance with Szente and Torma (2015).

Szente and Torma (2015) made a representative survey among the Hungarian consumers in 2013. They analysed the usual marketing channels of organic food. They found that the largest portion of respondents usually buy these products directly from the producers, it can be the consequence of that organic foods have a sort of “trust product” character. After the producers, the various specialist shops follow, which were also shown to be popular in earlier studies (Hamm et al., 2002; Schaak, 2013, Zagata, 2012). The different super and hypermarkets and smaller outlets were almost equally popular, which refers to the increasing accessibility of organic products. In the recent years, organic foods began to appear on the shelves of different discount stores in Hungary, 14.9% of the respondents maintained that they buy products from

these outlets with some frequency. Purchasing from web stores is the least favoured option (Szente and Torma, 2015).

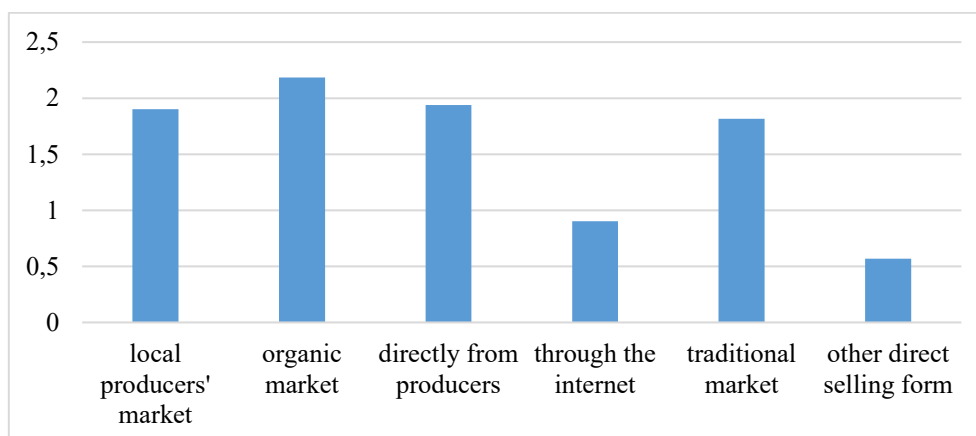


Figure 6: Purchasing frequency of the organic market consumers in different channels

Source: Own data collection and processing, 2018

The organic market consumers buy food with the highest frequency on organic market which is followed by the direct purchase from the producers and the local producers' market (Figure 6). The standard deviation was the lowest in the case of organic market, while it was the highest in the case of local farmers'/producers' market. According to the "on the spot survey" in Organic Market in Budapest the consumers (32) bought organic food on organic market on weekly basis. It is the consequence of that this market is organised once a week on every Saturday.

Consequences

However the consumers feel the local food bought in SFSC safer it should be mentioned that the small scale producers have gap in food hygiene knowledge. Additionally the authority put more emphasises on the control of high risk food producers, so the food safety conformity controls among small scale producers, whose product get to fewer consumers, has low rate (Szabó, 2014).

The organic food producing activity is a special category in the range of local food production. The consumers usually keep the local food products healthier, fresher and safer as compared to the food marketed in the conventional food supply chains. This is even truer for the organic food.

Consumer interest in organic foods in Hungary is driven by the perceived health benefits associated with consuming goods free of chemical additives and pesticide residue (Balázs et al. 2015). On the other hand, solidarity with local producers, and the associated environmental benefits also drive sales.

The surveyed organic market consumers feel themselves well prepared in food-safety questions. And they think the food safety situation improved somewhat in last few years.

Organic market consumers pay much attention to where they buy food. The respondent of the survey try to buy food from small scale farmers. They do not really think that they get safer food on the market and they do not trust in food traded by food stores.

According to the respondent the most dangerous component in foods are the chemicals. This was underpinned by other relevant survey and in accordance with the most important purchase influencing factors (Bilal et al, 2015, Ozguven et al, 2012).

The most popular purchasing channel of the organic food was the organic market, which usually means a direct contact with the producers. The second most popular form was the special store and the retail chains. So the retail chain like Tesco, Auchan, Spar, etc. can be a marketing opportunity for organics in the future.

On the basis of our survey the organic market consumers buy food with the highest frequency on organic market which is followed by the direct purchase from the producers. This is in accordance with other authors' findings and also through for local food products (Mácsai, 2014). So the use of modern direct selling forms still lag behind the traditional ones. Many of the interviewees took part in the survey on the Biokultúra Organic Market have never heard about the "box system".

References

1. Balázs, B., Bertényi, G., Králl, A., Pintér, L., Strenchock, L. (2015): PATHWAYS project Exploring transition pathway to sustainable, low carbon societies, January 2015.
2. Bilal Basha, M., Mason, C., Farid Shamsudinc, M., Iqbal H., Milad Abdelnabi Salem, H. (2015): Consumers Attitude Towards Organic Food, International Accounting And Business Conference 2015, IABC 2015, Procedia Economics and Finance 31 (2015) 444 – 452.
3. Euromonitor International (April 2011): "Health and Wellness: Market Sizes."
4. Euromonitor International (2011): "Consumer Lifestyles in Hungary." Euromonitor International, July 2011.
5. Euromonitor International (2010): Retailing in Hungary. Euromonitor International, May 2010.
6. Csáki, C., and Jámbor, A. 2009. The Diversity of Effects of EU Membership on Agriculture in New Member States. FAO Policy Studies on Rural Transition No. 2009-4
7. Csíkné Mácsai, É. (2014): Közvetlen értékesítés a mezőgazdasági termékek piacán. PhD Értekezés, Gödöllő, 2014.
8. International Markets Bureau Canada (2013): The Hungarian Consumer Behaviour, Attitudes and Perceptions Toward Food Products, Market Analysis Report, January 2013
9. Jakopánecz, E. (2015): Élelmiszer-vásárlási tudatosság és fogyasztói ellenállásra való hajlandósága magyar felnőtt lakosság körében. Dr. Törőcsik Marketing Inspiráció Fogyasztói Magatartás Kutató Intézet, WHO Egészség Világnap, Élelmiszerbiztonság konferencia, 2017. április 7.
10. Juhász, A., Szabó, D. (2013): A piacok jellemzői fogyasztói és termelői szemmel, Agrárgazdasági Könyvek, AKI, Budapest, 142.o
11. Kneafsey, M., Venn, L., Schmutz, U., Balázs, B., Trenchard, L., Eyden Wood, T., Bos, E., Sutton, G., Blackett, M. (2013): Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics. JRC, 2013
12. Magnusson, M.K., Arvola, A., Hursti, U.K.K., Aberg, L., Sjoden, P.O. (2003) Choice of organic food is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour, *Appetite* 40(2), 109-117
13. Medián (2013) Attitudes towards the social effects of food purchasing. Report for ESSRG. Manuscript in Hungarian in Kneafsey et. al., 2013

14. Nagy, H., Illés, B., Káposzta, J., Donnik, I. (2017): Clusters and concentration of businesses in regions of some european countries as tools for economic development. ENGINEERING FOR RURAL DEVELOPMENT. (16.) 2017. ISSN 1691-3043 pp. 248-253. DOI: 10.22616/ERDev2017.16.N048
15. Ozguven, N. (2012): Organic foods motivations factors for consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 62 (2012) 661 – 665.
16. Schifferstein, H.N.J., Oude Ophuis, P.A.M. (1998) Health-related determinants of organic food consumption in the Netherlands. *Food Quality and Preference*,9,3,119-133
17. Strenchock, L. (2012) Local Food Systems in Budapest: Citizen Driven Conscious Food Consumption Initiatives to and their Ability to Shape New Food Paradigms in Hungary. Master's Thesis: www.etd.ceu.hu/2012/strenchock_logan.pdf
18. Szabó D. (2014): A rövid ellátási láncban rejlő lehetőségek és veszélyek Magyarországon. *Acta Carolus Robertus*, 4. (2), 109-118. p. http://epa.oszk.hu/02400/02498/00008/pdf/EPA02498_acta_carolus_robertus2014_2_109-118.pdf
19. Szente, V. and Torma, D. (2015): Organic Food Purchase Habits in Hungary. *Journal of Economic Development, Environment and People* Volume 4, Issue 1, 2015.
20. Ter Kuile, B. (2012): Food safety problems specific to the short chain selected case studies from the Netherlands. *Food Safety of Short Food Supply Chain*, Symposium SciCom 2012
21. Tregear, A, Dent, JB, Mcgregor, MJ. (1994) The demand for organically grown produce. *British Food Journal* 94(4): 21

ECONOMIC AND SOCIAL FACTORS IN TAIWAN'S COMPETITIVENESS WITH SPECIAL FOCUS ON THE TAIWAN-EU TRADE RELATIONS

György Iván Neszmélyi

associate professor
Budapest Business School – University of Applied Sciences
E-mail: neszmelyi.gyorgy@uni-bge.hu

Abstract

The main question of this study is the present and future challenges that influence Taiwan's development and competitiveness. From among these traits the issue of the high exposition (especially in terms of FDI) and growing dependence on mainland China (the People's Republic of China), the need for a shift in terms of the main drivers of the future economic development and to mitigate the risks of brain drain and social unrest. Taiwan needs to give up insisting to the principle of low labour costs, and this may give impetus to the two-decades long salary stagnation and to the domestic consumption. Taiwan can be competitive by increasing its focus to the domestic R&D and innovation in the new industries and also puts more emphasis on sustainability. It may give Taiwanese economy a chance to remain competitive and successful. The study gives a brief overview on the main characteristics and figures of the Taiwan-EU economic and trade relationship from which it can well be seen that while in a 10 years period (2004-2015) the European exports to Taiwan grew by around 50 % in value, Taiwanese exports to the EU countries more or less remains stagnant during the same period. It illustrates and emphasizes the fact that Taiwanese economy needs stimulus to regain its competitiveness. Within the frames of the Taiwan-EU economic relations the paper gives a brief insight into the Hungaro-Taiwanese trade issues too.

Keyword: *Taiwan, economic development, competitiveness, European Union*

JEL Classification: *R11, F14, F54, F59, N45, O53, O57*

LCC: *HF1021-1027; HF1701-2701*

Introduction

After the 1960s, Taiwan underwent a rapid economic and industrial reform, also experienced remarkable social development. The economic achievements of the 1970s and 1980s allowed Taiwan to rank among the Asian Tigers and, in the 1990s, among developed countries. Since the 1980s, the economic structure of Taiwan gradually shifted from labour-intensive industries to high-tech industries, wherein the electronics industry was particularly vital to the world's economy. Taiwan has excelled in the semiconductor, optoelectronics, information technology, communications, and electronics fields. At present, the economy is shifting toward nanotechnology, biotechnology, optoelectronics, and the tourism service industry. Moreover, international trade is the economic lifeline of Taiwan. Japan and the United States were Taiwan's top two trading partners until 2005, when mainland China took over as Taiwan's main import/export trading region, with Japan and the United States coming in second and third. In recent years, the unfavourable financial situations of the USA and European economies and the economic slowdown in mainland China had a joint impact on the economic performance of Taiwan (MEET-Taiwan, 2017).

Since the 1970's Taiwan has a rapidly modernizing and developing economy, one of the so-called Asian Newly Industrialized Economies (ANIEs), driven by exports of electronic goods,

machinery, petrochemicals that provided the primary impetus on its economic development. The strong dependence on exports exposes Taiwan's economy to fluctuations in world demand. The diplomatic isolation, low birth rate, and rapidly ageing population are other major long-term challenges. According to estimated figures of CIA World Factbook (2017) Taiwan's PPP-based GDP (purchasing power parity) was 1.125 trillion USD, GDP (official exchange rate) was 519.1 billion USD (2015), while the GDP real growth rate was 1% (2016). The per capita GDP (PPP) was 47,800 USD (2016), while the ratio of gross national saving was 35.7% of GDP (2016). The high savings ration enabled Taiwan to have the sixth biggest reserves of foreign exchange and gold the total amount of which was estimated 456.9 billion USD (on December 31, 2016), one year before it was 430.7 billion USD. Taiwan's total amount of external debts was estimated 155.4 billion USD (on 31th December, 2016) while one year before it was 159 billion USD (CIA World Factbook, 2017). In the world's GDP toplist Taiwan was No. 21 (both in current prices and PPP) and foreseeable will keep its place in 2020 as well (at PPP basis) while on current price basis it may step back to No. 22 (Statistics Times - database of IMF, Oct. 2016) See Taiwan's main economic indicators in table 1. The author intended to find answers to the question: what are the present social and economic problems that jeopardize Taiwan's competitiveness and influence Taiwan's development at present and in the foreseeable future.

Material and methods

The author used both secondary and primary research to gain the necessary information for the present paper. Most of the secondary information was acquired was based on bibliographic review (available in international and Taiwanese sources) moreover statistical data, the author used derive from international databases (CIA World Factbook, IMF) and from the Directorate General of Customs, Ministry of Finance of Taiwan.

The author as research fellow spent two months in Taiwan in 2017 with the fellowship of the Oriental Business and Innovation Centre (OBIC) of Budapest Business School which gave him an excellent opportunity to establish personal contacts and carry out discussions and interviews with a number of academic professionals and experts form the fields of business and administration. Hence, these first-hand information and experiences merely contributed to the outcomes of this paper as well.

Economic and social challenges

Taiwan experienced significant trade with richer countries when the Qing imperial government was pushed to open several ports in China to international trade, including two ports in Taiwan in 1860. After Taiwan was ceded to Japan in 1895, it began to engage in large-scale trade with Japan. In addition, investment, modern technology, and educated people moved to Taiwan from Japan. Before 1945, the economic relationship between Taiwan and Japan resembled a modern common market. Taiwan could export a variety of products in which Taiwan had comparative advantage to Japan without paying tariffs. Factor flows between Taiwan and Japan were also cost free. Consequently, income and wage rates in Taiwan grew closer to those of Japan (which were higher). The factor price equalization mechanism began to contribute to the economic development of Taiwan. In 1937, four decades after Japan occupied Taiwan, per capita income in Taiwan reached roughly 75 percent of Japan's (Chen, P. 2016).

Table 1. Taiwan's main economic indicators between 2000 and 2016

	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
GDP (USD billion at current prices)	331.5	375.8	446.1	485.7	495.8	511.6	530.5	525.2	529.7
Per capita GDP (USD at current prices)	14,941	16,532	19,278	20,939	21,308	21,916	22,668	22,384	22,530
Real GDP growth rate (%)	6.4	5.4	10.6	3.8	2.1	2.2	4.0	0.7	1.5
Total exports (USD billion)	151.9	199.8	278.0	312.9	306.4	311.4	320.1	285.3	280.3
Total imports (USD billion)	140.7	185.4	256.3	288.1	277.3	278.0	281.8	237.2	230.6
Consumer price inflation (%)	1.3	2.3	1.0	1.4	1.9	0.8	1.2	-0.3	1.4
Unemployment rate (%)	3.0	4.1	5.2	4.4	4.2	4.2	4.0	3.8	3.9

Source: Directorate-General of Budget, Accounting and Statistics, Executive Yuan, Taiwan (cited by DBIT update, 2017)

Since the beginning of the global economic crisis of 2008 Taiwanese has been in a downturn phase. This is because of the overdependence on exports. Both investment and consumption are growing at a slow pace. It can be said in general that usually, rich and more developed nations have been the supporters of free trade in recent times (Sági - Engelberth 2018a), but they are usually much more interested in to increase their exports, than opening their markets in front of imports. It is a peculiar question is if the earlier macroeconomic trends were really defeated by the changing global situation and world market or they simply deteriorate under a narrow-minded governance of the political leadership (Horváth, B. – Magda, R. 2018). In case of Taiwan there are three major factors that contribute to the economic growth: investment, export and consumption. Regarding the investment sector, the government has faced the sovereign debt ceiling, which restricts its capacity for raising public debt. The private investment sector shows limited growth potential. Furthermore, there is little progress in negotiations for FTA (Free Trade Agreement) as well as EFCA (Cross-Straits Economic Cooperation Framework Agreement) follow-up agreements. Negotiations, however, have been started for a cross-strait trade in goods agreement under the ECFA framework (ECFA, Wang, J-C. 2015). The ECFA aimed to reduce tariffs and commercial barriers and it was signed on June 29, 2010, in Chongqing, and can be considered as the most significant agreement since the two sides split after the Chinese Civil War in 1949 (BBC News, 2010). For the implementation of business and technical issues between Taiwan and mainland China, Taiwanese government established an organization called Straits Exchange Foundation (SEF) which is funded by the government. It is a kind of de facto embassy to mainland China, symbolising that Taiwan does not accept Beijing's sovereignty over Taiwan (SEF, 2017).

The legislative ratification of the latest Cross-strait Trade in Services Agreement has been held in abeyance since the Sunflower Movement took place in March 2014. Taiwan attended a WTO (World Trade Organization) Trade Policy Review meeting in Geneva on September 16, 2014. During this meeting from mainland China (PRC) expressed its concerns over Taiwan's

restrictive measures that substantially limit its direct/portfolio investments in Taiwan. In addition to reiterate its expectation towards the removal of Taiwan's unilateral import bans on basic products from mainland China in compliance with the MFN (Most Favoured Nation)-level obligations of WTO. Beijing has also signalled that, by failing to open Taiwan's domestic economy to China, it will lobby against Taiwan's participation in multilateral pacts such as the Trans-Pacific Partnership (TPP).

Since the early 2000's Taiwan Also, similarly to South Korea significantly increased their exports to mainland China, however South Korea's export expansion was more successful in absolute values.

Chang (2015) added that while South Korea's relative share within the Chinese market did not change significantly (from 9.7% to 9.6%), Taiwan's share decreased from 12.9 % to 7,4% in spite of the fact that in absolute values Taiwan's exports grew from around 38 bln USD to 114 bln USD during the mentioned period. In the long run, keeping restrictive stance towards reciprocal flows from mainland China is definitely cannot be an option for Taiwan. Making prudent policies of cross-strait opening, with appropriate safeguards in place, may not be the panacea for Taiwan's competitiveness, but it is a necessary step to maintain and further enhance its strength in global trade (Chang, C-C. 2015).

The domestic consumption, the average growth of Taiwan's disposable income was approximately one percent in the past ten years. It causes the sluggish growth of Taiwan's economy. Lastly the export trade is also largely affected by the up-and-down fluctuations of the global economy, which imply that Taiwan has lost much of its control over its economic growth. However, on the bright side, Taiwan's export and consumption are better off following the recovery of the global economy. Foreign tourist arrivals were expected to exceed ten million in 2016 to significantly increase domestic demand. Moreover, with the establishment of Free Economic Pilot Zones (FEPZs) and the shift in investment from China to Taiwan, by Taiwanese businessmen, the economic growth of 2015 shows signs of recovery. But with the rise of China's high-tech industry, the cross-strait business relationship has shifted from cooperation to competition. However, there are still some doubts about the global economic recovery, Taiwan still has a lot of work to do, though its economic growth in the next two or three years shows promise and has an optimistic forecast. It has to speed up not only in industrial transformation but also sign FTAs to stand a chance in this fierce competition and break through existing trade barriers to get back on the right track of economic growth, at faster pace too. Taiwan has been too much dependent on mainland China. Taiwan is pressured to speed up industrial upgrading and transformation. Moreover, Taiwan has to plan FEPZs (free economic pilot zones) and sign FTAs at faster rate in order to make industrial advancements and maintain competitive advantages over mainland China. Upon accomplishment Taiwan will be able to pursue sustainable economic growth. Besides the aforementioned challenges, there are still some other pressing complications. Such one is the rise of mainland China's supply chain and the fierce industrial competition between the two sides of the Taiwan Strait. In recent years, Taiwanese and foreign companies all face the pressure of localization or joining with the China supply chain. This means the original Taiwanese and foreign suppliers of semi-conductor and other component manufacturers are being replaced. The negative effect can be seen by the recent decrease in the ratio of intermediate goods Taiwan imports from mainland China. It may have resulted from mainland China's import substitution and localized production policy. In 2013, the manufacturing of ICT (information and communication technology) products and optical instruments, which constitute a large part of imported goods, has been hit the hardest, weakening Taiwan's export performance. Therefore, Taiwan has to shift focus to the American

reindustrialization process to maintain competitive advantages over mainland China (Wang, J-C. 2015).

The harmonization of the governmental interventions in space and in time is of crucial importance and may facilitate synergy while the least advanced regions and sectors can gain a chance for development. In case of development programmes it is also important that sustainable progress should be achieved in long run (15-20 years (Tóth, 2008; Tóth - Goda - Malomsoki, 2009).

During the preceding, 8-year period of the KMT-government, (2008-2016), Taiwan made many gestures to improve relations with mainland China. When Taiwan and mainland China concluded the ECFA in 2010, as a part of this framework agreement, a so-called Early-harvest List was agreed in 2011, which comprised altogether tariffs concessions of 806 product items. He pointed out that the unhindered trade of at least two third of these products was really beneficial for Taiwanese exporters to mainland China, which is interested in the imports of modern technologies from Taiwan. On the other hand, it is a noticeable fact that nowadays around 23 million people are employed by Taiwanese firms in mainland China – which number is comparable to the entire population of Taiwan (Füle, 2017). Such deals and transactions reflect China's changing geostrategic ambitions, which, after all predicts the re-balancing the global power of the US in economic terms (Engelberth - Sági 2017).

Following ECFA, within few years altogether 22 additional agreements were concluded between Taiwan and mainland China, which covered the field of liberalization of the movement of persons as well. At the beginning only tourist groups, but later on individual travellers were also allowed to travel to the other side of Taiwan Strait. Finally, ECFA became highly debated and the last agreement within its framework on the liberalizing trade in services was not ratified by the Taiwanese legislature. It even raised public dissatisfaction and created an intense situation in Taiwan, which resulted in the significant occupation of the Taiwanese Legislative Yuan as many people had fears of the fast pace of signing and ratifying so many agreements between the two sides of the Taiwan Strait. It was considered too risky both from political and economic point of view. Finally, it contributed to the victory of the previous opposition, the liberal, Democratic Progressive Party (DPP) in 2016. Moreover, Taiwan struggles for any kind of additional possibility to participate in the international arena, however it is very much limited in the shade of mainland China, as the latter prevented most of these efforts. The Free Trade Agreement (FTA) between Taiwan and the European Union is widely promoted by various feasibility studies and would highly benefit both the EU and Taiwan. However, it is stalemated and not likely to be signed unless a similar agreement had already been concluded between the EU and mainland China. He underlined that it is very unlikely that such an agreement would be concluded between the EU and China in the near future, therefore the case of FTA between Taiwan and the EU cannot be on the agenda. He said it can be considered as a breakthrough-sound achievement that mainland China did not prevent the conclusion of the FTA between Taiwan and New Zealand in 2013, as well as the earlier conclusion of an investment protection accord between Taiwan and Japan in 2011 (Füle, J. 2017).

In the course of the recent decades, labour market has been undergoing a thorough transformation, resulting new demand for both the demand and supply side (Erdeiné Késmárki-Gally. 2018). In case of Taiwan one of the major problems on the labour market is the salary stagnation. Real salary has stagnated for almost 20 years because of the imbalance of income distribution, not from the lack of economic growth. Salary stagnation serves as an obstacle hindering Taiwan's economic recovery. Although the speed of inflation in Taiwan is relatively low, the increase in salary is even lower. Under such circumstances, Taiwan is struggling to

maintain talent in the country, further reinforcing the vicious cycle of low salary (Wang, J-C. 2015).

It can be emphasized that at a higher level of development – like Taiwan’s economy reached - such factors should be in focus like innovation, new, R&D-intensive industries which increase the value-added content of the final product. Otherwise there will always be other economies which will invest more into the domestic R&D and innovation hence in these economies salaries will rise higher (Káposzta et al., 2008). It is also well known that policies should be tailored on the specific traits of each economy or region, with regard to its competitive advantage and needs (Sági – Engelberth, 2018b). But, in spite of all this the young generation in Taiwan still faces elementary problems, for example in establishing families as there is an increasing gap between the growing real estate prices and the stagnating salaries (Cheng, C. 2017).

The unity of the dynamic and inductive inter-relationship of the sciences-education and implementation (best practice) triangle gains increasing importance in the future (Zéman, 2016). It has to be underlined that 60% of college graduates in Taiwan are engineers, many of whom establish ventures and most of them become successful in a course of a couple of years (Chou, C-C., 2017). However, another study pointed out that the young generation (20-24 years old people) face nowadays even bigger difficulties at the labour market than before. He claimed that Taiwan’s labour market had gone through a major change over the past decade. In fact, unemployment among people aged 35 or above had declined since 2003, but joblessness of the age 20-24 age group hit a new high in 2013. He suggested that Taiwan should learn from the US and other OECD countries which use the so-called Active Labour Market Policy (ALMP) to structurally connect the youth to the labour market and also urged for more innovative strategies that systematically could bring back this underrepresented generation, whose members possess with high educational attainment (Hsu, Y-H. 2015).

The main traps jeopardizing Taiwan’s competitiveness “behind the shade” of mainland China are as follows:

- Many Taiwanese businessmen went to China to manufacture and enjoy the advantages of the cheap labour. But, it has several risk factors for Taiwan as follows:
- If Taiwanese manufacturers focus too much on the advantages deriving from the low labour costs, in longer run these manufacturers will lose their competitiveness, as the labour costs, even in China are growing. The Taiwanese government has been trying to encourage entrepreneurs to rather do more intensively innovations and increase the value-added content in their products and services.
- As China needs semiconductors in growing quantities, but still not able to meet her own demand from domestic resources. He mentioned that China spent nearly as much on importing semiconductors as on the annual oil imports. Hence, in the recent years China started to intensively develop her own semiconductor industry, which is followed by a special kind of brain-drain process: Chinese firms offer good job opportunities for Taiwanese specialists working in this field. He underlined: this was not prevalent in case of the assembly- manufacturers, just the cutting-edge segment of the industry: the semiconductor design and production. If this process went on, Taiwan would surely face serious difficulties with her competitiveness in this field (Lin, M-J. 2017).

Tsai Ing-wen (who assumed her office on May 20, 2016) and her administration has a number of steps to make to stimulate Taiwan’s economy even in unfavourable global economic conditions. The cabinet has at least six significant challenges as follows:

- 1) Building on the economic statecraft that has brought participation in the WTO, plurilateral and multilateral trade arrangements;
- 2) Expanding its limited successes in bilateral FTAs negotiations, especially with those countries which have multiple memberships in the emerging trade blocs;
- 3) Continuing economic gains that Taiwan has made through its functional approach to deepen further the de facto economic integration it has achieved through outward investment and its participation in the global value chains (GVCs);
- 4) Maintaining peace and stability in the cross-Strait relations by taking a non-provocative attitude toward China;
- 5) Pursuing membership in the new mega-regional trade blocs to diversify its trade and investment flows so as to mitigate its asymmetric dependency on China's market;
- 6) Engaging a "New Southward Policy" to integrate further with the economies in Southeast and South Asia. This might be a grand strategy for the Tsai-administration to globalize Taiwan's economy with substantial political dividends in the international community (Chow, P. C.Y. (2016).

Another challenge the Taiwanese government and society have to face is the corruption. The corruption does not mean major obstacle for business operating or planning to invest in Taiwan, but there are several reports of official corruption. These can be traced back to the close ties between politics and business which have raised the risks of corruption particularly in public procurement. Petty corruption, however, is very uncommon in most sectors. Taiwanese anti-corruption law is primarily contained in the Anti-Corruption Act, the Criminal Code and the Organic Statute for Anti-Corruption Administration and the government generally implemented these laws effectively. Taiwan's Agency Against Corruption defines low-level gratuities; therefore, any facilitation payment could be viewed as a bribe by the courts (Taiwan Corruption Report, GAN 2016).

According to Transparency International, in 2016 Taiwan ranked at No 31 in the world list, which is slightly worse than in 2015, but an improvement comparing to the preceding several years can still be seen on Figure 1.

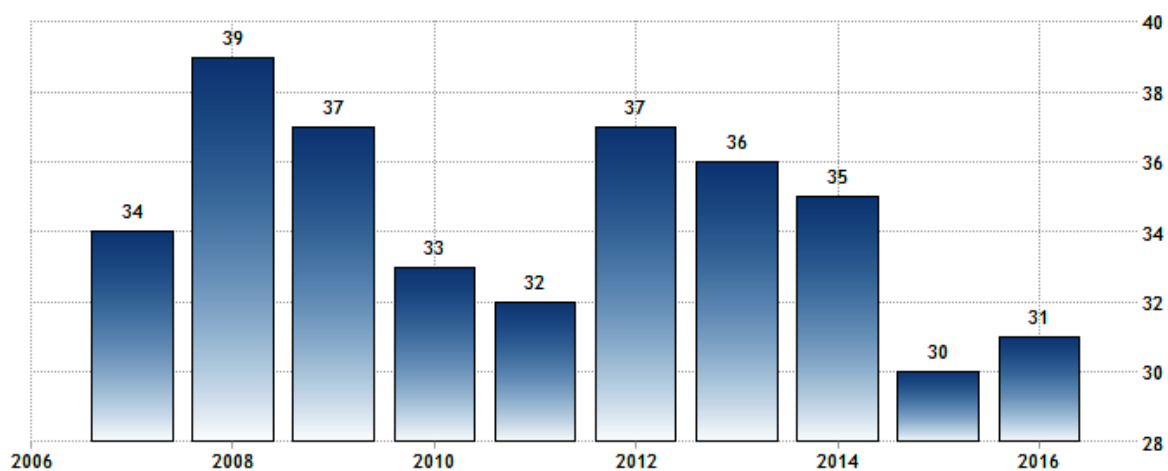


Figure 1. Taiwan's Corruption Rank

Source: Trading and Economics (Transparency International)

In close relationship with all this, in Taiwan a new idea and well-functioning solution was found out to combat against tax evasion, at least in retail trade. In an effort to get merchants to keep

things on the books, the Taiwanese government introduced a sweepstake, called Receipt Lottery. The theory being, with millions in winnings on the line, customers would start demanding receipts with every purchase and merchants would wind up with all their income on the books. Each receipt gets a unique eight-digit number stamped on it. On the 25th of every odd month they announce six winning numbers. People who collect their receipts, check their receipt numbers from the preceding two months (Taiwan Receipt Lottery).

This author believes that this is a classic win-win situation. The customers, who have a real chance to win, are strongly interested to claim receipts even after their small shopping, as the highest prize is 10 million TWD (around 330,000 USD), but even minor prizes are still attractive. In the other hand both the government and the community wins, as the total sum of prizes remains far below the surplus the budget receives from taxes like this, even though the VAT ratio is much lower in Taiwan (5%) than in most European countries. This system works well, with bimonthly draw, and people follow the results with keen attention while VAT and all additional payments arrive to the budget.

Economic relations between Taiwan and the European Union

Bilateral trade relations between the EU and Taiwan are in general good and expanding. According to statistical figures of 2015 Taiwan is the EU's 18th trading partner and the 7th in Asia in value of goods 44 billion EUR traded in 2015 (9.4% increase comparing to 2014). The EU is Taiwan's 5th trading partner, after China, the ASEAN block, US and Japan. The EU-Taiwan bilateral trade accounted for 1.3% of EU's world trade 2015. The EU's exports to Taiwan (18.5 billion EUR) grew in 2015 by 9%. Total trade in services between the EU and Taiwan was 7 billion EUR in 2014, with a shrinking surplus for the EU (1.3 billion EUR). ICT products dominate Taiwanese exports to the EU (35%), followed by machinery (17%) and transport equipment (11%). The share of Taiwan in integrated circuits and electronic components in EU's imports worldwide is more than 15%. Machinery is the main export of the EU to Taiwan (23%); transport equipment takes also a significant part of EU's exports to Taiwan (18%), followed by ICT products (9%), pharmaceuticals (8%) and agri-food (7%). With a stock of FDI of 10 billion EUR, the EU is the largest investor in Taiwan. The EU's FDI accounts for 25% of all foreign investment in the island. At the same time, Taiwanese investment in the EU remains at a very low level (stock of 1 billion EUR). The EU as a whole only accounts for 2% of the stock of Taiwanese FDI. The inclusion of Taiwan in the European Commission's "Trade for All" trade communication, adopted in October 2015 is a major development. The prospect of a bilateral investment agreement (BIA) is an opportunity to create an overall better business environment in Taiwan for EU investment (EU-Taiwan Factfile, 2016).

Regarding the issue of the EU – Taiwan BIA, in spite of the recently mentioned optimistic consideration of the EU-Taiwan Factfile (2016), the state of this agreement does not look bright. It has even no reality until such an agreement between the EU and mainland China has been concluded (which is very unlikely). From the European Union's side, such an agreement with Taiwan would collide with the One-China Policy (Füle, J. 2017).

In 2015, the European Union continued its intense and well-structured dialogue on economic and trade matters with Taiwan. Four technical expert-level working-groups, that meet twice a year, deal with questions related to sanitary and phyto-sanitary rules (including food safety), technical barriers to trade, automotive (including standards, certification and testing requirements), intellectual property rights, pharmaceuticals, cosmetics and medical devices. Ad hoc regulatory dialogues are held on government procurement, customs, telecom,

complemented by seminars and workshops on issues of mutual interest, organised jointly by the European Economic and Trade Office (EETO) and Taiwanese stakeholders aimed at strengthening the cooperation. At the joint events, European experts from European Commission, EU Member States, industry and academia share best practices and advocate international and EU regulatory principles. The first Industrial Policy Dialogue took place in June 2015, which focused on innovation through digitalisation, standardisation and SMEs internationalisation and clusters cooperation, notably in the framework of the Enterprise Europe Network, of which Taiwan became a member on 28th May, 2015. The aggregated figures of trade between the European Union and Taiwan can be seen in Table 2, while the bilateral trade between the 28 EU member-states and Taiwan (in 2015) can be seen in Figure 2. In the latter, it can be clearly seen that Germany is the biggest economic partner for Taiwan from among 28 member states, covering 31.9% of the total EU-Taiwan trade turnover. The second biggest partner is the Netherlands (15.0%), the third one is the United Kingdom (13.5%), France (8.6 %), Italy (6.5%), Belgium (4.1%) and Spain (3.2%) are still significant (EU-Taiwan Factfile, 2016).

Table 2. EU’s trade in goods with Taiwan

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
EU’s exports (EUR billion)	12.9	13.0	13.2	13.3	11.6	10.0	14.8	16.2	15.8	16.5	17.0	18.5
Annual growth rate (%)	16.8	1.2	1.3	0.8	-13.0	-13.5	47.5	9.7	-2.4	4.1	2.9	8.8
EU’s imports (EUR billion)	24.0	24.2	26.8	26.1	24.2	17.9	24.3	24.3	22.6	22.1	23.2	25.5
Annual growth rate (%)	5.6	0.8	10.8	-2.5	-7.5	-25.7	35.2	0.2	-6.8	-2.3	4.9	9.8
Total (EUR billion)	36.9	37.2	40.0	39.4	35.8	28.0	39.0	40.5	38.5	38.6	40.2	43.9
Annual growth rate (%)	9.3	1.0	7.5	-1.4	-9.4	-21.8	39.6	3.8	-5.1	0.4	4.1	9.4
Balance for the EU (EUR billion)	-11.1	-11.1	-13.6	-12.8	-12.6	-7.9	-9.5	-8.1	-6.8	-5.6	-6.2	-7.0

Source: EU-Taiwan Factfile, 2016 (on the basis of EUROSTAT data)

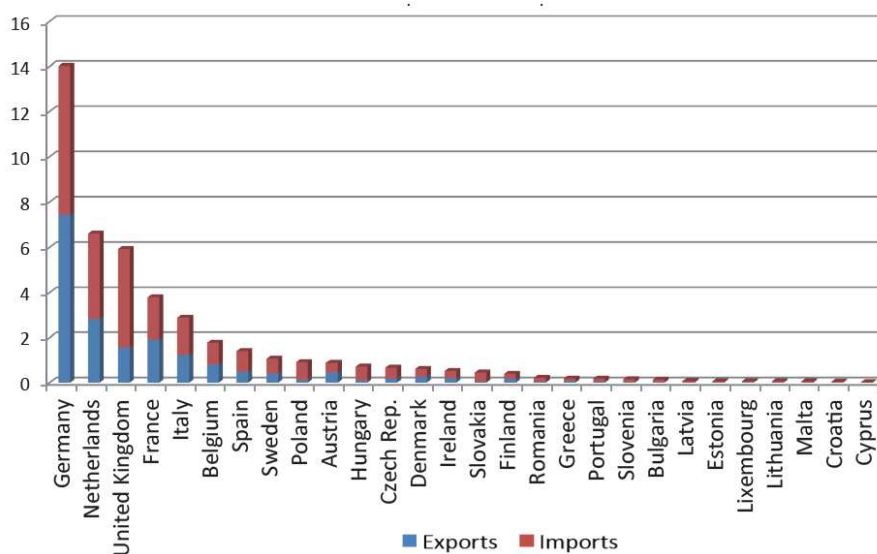


Figure 2. Bilateral trade between the 28 EU Member States and Taiwan in 2015 (EUR, billion)

Source: EU-Taiwan Factfile, 2016 (on the basis of EUROSTAT data)

The Hungaro-Taiwanese economic relations

The relations look back slightly more than a quarter of century now. Hungary as member of the European Union follows the One-Chine Principle in its approach to Taiwan that excludes to direct political and diplomatic contact however leaves broad room for economic co-operation. As starting point the year 1990 can be considered, when the Hungarian Chamber of Economy (MGK) – with the consent of the Hungarian government - and its Taiwanese partner agreed to open a trade representation in Budapest (called Taipei Trade Office) functioning on the basis of the private international law. The intention and the objective was to improve the economic relations, tourism and other fields. This office was the very first Taiwanese mission in Central and Eastern Europe. In 1995, it changed its name to Taipei Representative Office. From point of the same reasons and motivations and under similar conditions the Hungarian Trade Office was opened on 23rd July, 1998 (Hungarian Trade Office, 2017).

The economic relationship, including the turnover in trade between Taiwan and Hungary is relatively modest. The bilateral trade in 2015 was 1.6% of the total EU-Taiwan turnover (EU-Taiwan Factfile, 2016). According to the data of the Hungarian Central Statistical Office (HCSO) in the year 2016, the value of Hungarian exports to Taiwan was 174.3 million USD (156.9 million EUR), however, it was an increase of 6% comparing to the preceding year.

From among the characteristic product groups the export of animal products to Taiwan grew in the fastest pace, at 74% (from 21.5 to 37.5 million USD) reaching 21.5% share in the entire Hungarian export to Taiwan. After Japan and P.R. China, Taiwan is the third largest export market for Hungarian animal products (and in global terms Taiwan is No. 16). Within animal products the biggest volume was pork (28 million USD, +72%), poultry meat (2.6 million USD, +275%), from feather and down (6.4 million USD, +169%). Other agricultural products were exported to Taiwan in value of 5.7 million USD, from which frozen vegetables (potatoes, sweet corn and green peas) were in 3.29 million USD and wine and sparkling wine (champagne) were in value of 377 thousand USD (Lőrincz, 2017a).

In case of machinery and vehicles the Hungarian exports slightly fell (7% and 5 % respectively), the value of exports in these product categories were 38 and 73.5 million USD in 2016. In case of motor vehicle export Taiwan is the No. 4 export market in Asia for 134

Hungary after China, Japan and South Korea. The above items constituted the 89% of the entire Hungarian export to Taiwan. According to the Hungarian Central Statistical Office (HCSO), the amount of Taiwanese imports to Hungary has been continuously shrinking and it has a positive impact on the bilateral trade balance – the trade deficit of Hungary was halved during the recent 5 years (see Table 3). According to Taiwanese official statistical data of DGBAS (Treasury Department of the Ministry of Finance, Bureau of Trade, Statistical Office) in 2016 Hungary became the biggest exporter to Taiwan from among the Visegrad-group countries (Poland, Czechia, Slovakia and Hungary) - the share of Hungarian exports reached 32% within the entire Visegrad-group's export to Taiwan (see the comparison in Table 4).

Table 3. The Hungaro-Taiwanese Bilateral Foreign Trade (USD)

	2012	2013	2014	2015	2016
Exports to Taiwan	91,922,862	138,624,562	147,622,191	164,732,866	174,291,753
Imports from Taiwan	1,176,533,212	990,006,144	800,936,006	660,664,962	642,600,566
Total Turnover	1,268,456,074	1,128,630,706	948,558,197	825,397,828	816,892,319
Balance	-1,084,610,350	-851,381,582	-653,313,815	-495,932,096	-468,308,813

Source: Lőrincz, 2017a, on the basis of HCSO data

The Taiwanese statistical data base consistently shows higher import values (the export figures of Hungary) comparing to the Hungarian statistical data basis. Within the European Union Hungary became No. 13 largest exporter to Taiwan (behind Germany, the Netherlands, France, Italy, Greece, Spain, Ireland, Belgium, Austria, Sweden, Denmark and Finland) (Lőrincz, 2017a).

Lőrincz (2017b) also emphasized that even though the Hungaro-Taiwanese economic relations are relatively modest, but in terms of trade volume Taiwan became No 6 economic partner for Hungary in East Asia. The trade turnover, especially Hungarian exports are growing, moreover, Taiwanese companies invested around 450 million Euros in Hungary. A Taiwanese investor (Chi Fu Ltd.) has recently acquired one of the best-known Hungarian meat processing company. Taiwanese food safety and quality controllers have recently approved three Hungarian meat processing companies which could start exporting poultry products to Taiwan. He noted it was a significant achievement that these slaughterhouses could meet the rigorous criteria.

Table 4: Hungarian and Several Other CEE Countries' Exports to Taiwan
(according to Taiwanese official statistical data between 2012 and 2016 in USD)

Countries	2012	2013	2014	2015	2016
Hungary	115,854,327	159,826,061	202,811,844	236,339,577	245,660,853
Czechia	199,738,818	193,804,510	217,212,200	239,899,668	239,798,844
Poland	250,176,619	216,243,897	252,145,276	203,115,325	214,802,342
Slovakia	57,862,983	52,606,249	60,911,325	57,972,745	60,965,997
Visegrad-group	623,632,747	622,480,717	733,080,645	737,327,315	761,228,036
Austria	461,787,023	474,357,152	516,820,659	497,850,254	499,531,353
Romania	57,973,588	67,053,396	83,613,955	96,029,048	91,345,534

Source: Lőrincz, 2017a (on the basis of DGBAS)

Taiwan has a great potential for broadening the scale of goods for export. Cheese and other dairy products could be another good opportunity, as nearly all dairy products are sold in premium price category, in spite of the fact that products of those European companies are also available – at high prices – which are not symbolizing the highest quality. In Taiwan Hungarian or other foreign companies may sell many kinds of goods with success, but it needs a lot of efforts, first and foremost very intensive and costly marketing activities. In spite of that, there are various constraints that hinder the expansion of exports to Taiwan: tariffs and miscellaneous non-tariff barriers, the bureaucracy, the extremely rigorous registration processes (in case of foodstuffs and medicines) and others. He revealed as another constraint the fact, that being not recognized as independent state by the majority of the international community, Taiwan could

not join various international professional agreements and organizations (with the exception of WTO), therefore, the lack of recognition of international protocols and standards (like single European standards) means also a problem. Hence in case of food exports each EU member has to undergo the procedures at Taiwanese authorities individually (Lőrincz, 2017b).

Conclusion

The main findings and conclusions of the study can be summarized as follows.

- One of the major dilemmas for Taiwan is how to manage its economic relationship and the “political contacts” with mainland China, in order to preserve its competitiveness and relative freedom (the *de facto* independence) while from some points it looks that mainland China and Taiwan seem to merge into a peculiar free trade zone.
- Taiwan invested too much FDI into mainland China, which makes her economy and quasi independence vulnerable. Furthermore, this phenomenon contributes to mainland China’s competitiveness only if Taiwanese companies went to the mainland to benefit from the lower labour costs there. It will not help to generate more jobs and it would not give any impetus to increase the salary level in Taiwan which is one of the main obstacles that hinders the growth of the domestic consumption and the economic growth.
- The author found that in spite of the geographic and cultural distance there are some points and phenomena, in which Taiwan and Hungary have similar experiences and challenges. One of these ones is the already mentioned salary stagnation, which hit Taiwan and also Hungary, where the salary level has still been retarded, comparing to other European countries, even most of the neighbouring states. Taiwan’s (and other ANIEs’) example clearly shows the fact that the low salary level cannot be a helpful competitive advantage for too long time. Definitely it helped the economic growth during the “take-off” period, but after a time it will be a constraint to catch up. (There must be different factors, like innovation, more R&D-intensive industries to generate more value added). Otherwise, there will always be more competitive economies which invest more to the domestic R&D and innovation and in longer run such countries will be able to pay higher salaries. Taiwan should follow this way. In the other hand, there will always be another place in the world – like mainland China – where the salary levels are lower, but to deploy manufacturing industries in a bigger extent to such places, it too risky. It has a reason why, for example, the new president of the United States campaigned and strived for bringing back the production capacities of American companies which went long ago abroad to benefit from lower wages, furthermore – due to such considerations - he withdrew the United States from the Trans-Pacific Partnership (Bradner, E. 2017).
- The author believes that – very similarly to Hungary, - the salary stagnation has been a very timely issue in Taiwan for the recent decade as well. In this respect, another similarity has to be pointed out between Taiwan and Hungary: the weak role and activity of labour unions. This is also one reason why the salary level could not catch up, even though Taiwanese or even the Hungarian economic performance would enable significantly higher salaries by now.
- In case of Hungary – thanks to the free movement of labour within the European Union, – several hundred thousand Hungarians have migrated to other European and overseas countries with the view of finding better livelihood. As a result of this process there is a massive shortage in various professions from medical doctors to skilled workers. This finally gave an impetus to the government to start tackling on the salary issue, while labour unions still not too active in this matter.

- The case of Taiwan is different a bit, young Taiwanese people who study abroad, remain there for a better job, and do not return. In some specific professions (like the mentioned semiconductor industry), brain-drain strongly exists and can even be accelerated if the government does not make sufficient efforts in this field. Till Taiwanese companies prefer keeping their manufacturing units in mainland China, the Taiwanese wages will not grow. If this stagnation continues, it will have adverse impact to the economy and will be a hard constraint of the future development.
- As a successful solution, the adaption and implementation of the mentioned Receipt Lottery system can be highly recommended in any European country where governments combatting with VAT evasion.

References

Bibliography

1. Bradner, E. (2017): Trump's TPP withdrawal: 5 things to know
CNN Politics, January 23, 2017
<http://edition.cnn.com/2017/01/23/politics/trump-tpp-things-to-know/> - Accessed: 11-04-2017
2. Chang, C-C. (2015): Restrictive Stance on Reciprocal Flows from China Hinders Taiwan's Global Trade Participation
In: Taiwan Development Perspectives 2015, National Policy Foundation, Taipei, 251 p. ISBN: 978-986-7745-62-0 pp. 143-153
3. Chen, P. (2016): Lessons from Taiwan's Economic Development
Orbis, FPRI's Journal of World Affairs Volume 60, Number 4, Fall 2016, pp. 515-530.
4. Chow, P. C.Y. (2016): Taiwan in International Economic Relations
Orbis, FPRI's Journal of World Affairs Volume 60, Number 4, Fall 2016, pp. 531-549.
5. Engelberth, I. – Sági, J. (2017): Az Új selyemút kezdeményezés szerepe, céljai (The Role and Goals of the New Silk Road Initiative)
Külügyi Szemle (Foreign Policy Review)16:(3) pp. 85-104. (2017)
https://kki.hu/assets/upload/05_Engelberth-Sagi.pdf
6. Erdeiné Késmárki-Gally, Sz. (2018): A munkaerő-kölcsönzés helyzete és kihívásai Magyarországon. (Situation and challenges of temporary agency work in Hungary)
Multidiszciplináris Kihívások, Sokszínű Válaszok: BGE Budapest, 3 pp. 4-23.
http://epa.oszk.hu/03400/03448/00015/pdf/EPA03448_multidiszciplinaris_2018_3.pdf
7. Sági J. - Engelberth I. (2018a): The Belt and Road Initiative – a Way Forward to China's Expansion
Contemporary Chinese Political Economy and Strategic Relations 4:(1) pp. 9-37. (2018)
8. Sági J. - Engelberth I. (2018b): Regional Development and Well-Being of Regions in Hungary
Polgári Szemle (Civic Review), Vol. 14, Special Issue, 2018, 184-194, DOI: 10.24307/psz.2018.0412 (Special issue) pp. 184-174. (2018)
9. Horváth, B. – Magda, R. (2018): The relations of unemployment rate and inflation in the European Union
Vadyba Journal of Management 2018, No. 1 (32), ISSN 1648-7974; 9-20 pp.
10. Hsu, Y-H. (2015): Revisiting „Who Steal our Jobs” – Youth Employment and Its Policy Response in Taiwan
In: Taiwan Development Perspectives 2015

- National Policy Foundation, Taipei, 251 p. ISBN: 978-986-7745-62-0. pp.243-251.
Journal of Development Economics 49 (1996) pp. 392-394.
11. Káposzta, J. – Tóth, T. – Singh, M. K. (2008): Perspectives on regional economic development policy and strategy. In: C Can, A.- Ozkan, D. (eds.): Management and Behaviour in Organizations. Volume 2: Selected Proceedings of the First International Conference on Social Sciences. 9 p.
 12. Lőrincz, D. (2017): 2016. évi magyar-tajvani külkereskedelmi statisztika (Hungaro-Taiwanese Foreign Trade Statistics). Information of Hungarian Trade Office in Taipei, 2017, 1 p.
 13. Tóth, T. (2008): Applying Methods and Processes Used in Regional Planning and Analysis to Regional, Rural and Small Area Development. In: Peter, B.-Bogdan, K-Sergii, K. (eds.) Agricultural Market and Trade: Evidence and Perspective of V4 Region and its Neighbour – Ukraine. 157 p.
 14. Tóth, T. – Goda, P. – Malomsoki, M. (2009): A fenntarthatóság elemei a terület- és vidékfejlesztésben (The factors of sustainability in the spatial and rural development) In: Orosz Z, Szabó V, Fazekas I (eds.) Környezettudatos energiatermelés és -felhasználás (Environment-conscious power generation and use): Conference “Környezet és Energia” (Environment and Energy), 316 p. ISBN 978-963-7064-20-3; 292-297 pp.
 15. Wang, J-C (2015): Prospects and Challenges for Taiwan’s Economy in 2005 In: Taiwan Development Perspectives 2015 National Policy Foundation, Taipei, 251 p. ISBN: 978-986-7745-62-0, pp. 137-142.
 16. Zéman, Z. (2016): Új lendületben a gazdaságtudomány (Economics on New Growing Way) Polgári Szemle (Civic Review), Vol 12, August, 2016, No 1-3. <https://polgariszemle.hu/archivum/104-2016-augusztus-12-evfolyam-1-3-szam/gazdasagpolitika/748-uj-lendueletben-a-gazdasagtudomany>

The author’s personal interviews

1. Cheng, C. (2017): The author’s personal discussion and interview with Dr. Claire Cheng, sociologist, founder and director of Cloud Global Education, Taipei, 1st April 2017
2. Chou, C-C. (2017): The author’s personal discussion and interview with Dr. Chelsea Chia-Chen Chou Ph.D., sociologist, Assistant Professor of the Graduate Institute of National Development of National University of Taiwan, Taipei, 31th March, 2017.
3. Füle, J. (2017): The author’s personal discussion and interview with Mr. János Füle, Vice President of Chi Fu European Trading Co. Ltd, former Investment and Trade Director of the Hungarian Trade Office in Taipei, 10th May, 2017
4. Lin, M-J. (2017): The author’s personal discussion and interview with Prof. Lin, Ming-Jen Ph.D., Professor & Chairman of Economics of National University of Taiwan, Taipei, 31th March, 2017.
5. Lőrincz, D. (2017b): The author’s personal discussions and interviews with Mr. Dániel, Lőrincz, Investment and Trade Director of the Hungarian Trade Office in Taipei, 26th March 2017; 04th May, 2017, 10th May, 2017.

Other references:

1. CIA (2017) - The World Factbook (Information and database on Taiwan and South Korea)
Central Intelligence Agency (CIA), USA

- <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/tw.html>
https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/print_tw.html
Accessed: 12-04-2017
2. DBIT (Doing Business in Taiwan) post-publication update (16 March 2017)
PWC (Price Waterhouse Coopers), Taiwan
<http://www.pwc.tw/en/publications/assets/pwc-doing-business-in-taiwan-post-publication-update.pdf> 7 p.- Accessed: 18-04-2017
 3. DGBAS (Treasury Department of the Ministry of Finance, Bureau of Trade, Statistical Office)
<http://cus93.trade.gov.tw/FSCE010F/FSCE010F?menuURL=FSCE010F> 01-04-2017
 4. ECFA (Cross-Straits Economic Cooperation Framework Agreement)
<http://www.ecfa.org.tw/EcfaAttachment/ECFADoc/ECFA.pdf> Accessed on 01-04-2017
 5. EU-Taiwan Factfile, 2016
European Economic and Trade Office, 2016, 60 p.
BBC News, 2010 – Taiwan and China sign landmark trade agreement
29 June 2010
<http://www.bbc.com/news/10442557> Accessed on 01-04-2017
 6. SEF (2017) Straits Exchange Foundation
<http://www.sef.org.tw/mp.asp?mp=300>
 7. Taiwan Corruption Report
GAN Business Anti-Corruption Portal, September, 2016, 8 p.
<http://www.business-anti-corruption.com/country-profiles/taiwan#> Accessed: 08-05-2017
 8. Trading and Economics (Taiwan Corruption Rank)
<http://www.tradingeconomics.com/taiwan/corruption-rank> Accessed: 08-05-2017
 9. Taiwan Receipt Lottery
http://www.tealit.com/article_categories.php?section=living&article=lottery
Accessed: 08-05-2017