

Studia Mundi - Economica

2024. Vol. 11. No. 2.



Szerkesztőbizottság tiszteletbeli elnöke:

† Szűcs István

Főszerkesztő:

Káposzta József

Szerkesztőbizottság tagjai:

Bandlerova, Anna – Slovak University of Agriculture in Nitra, Slovakia
Bielik, Peter – Slovak University of Agriculture in Nitra, Slovakia
Csath, Magdolna – Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Curt, Paula – Babeş-Bolyai University Cluj-Napoca, Romania
Dávid, Lóránt – Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Erokhin, Vasili – Harbin Engineering University, China
Farkas, Tibor – Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Géczi, Gábor – Testnevelési Egyetem
Horska, Elena – Slovak University of Agriculture in Nitra, Slovakia
Ivolga, Anna – Stavropol State Agrarian University, Russia
Kinal, Jaroslaw – University of Rzeszow, Poland
Kollár, Péter – Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Koncz, Gábor – Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Loretts, Olga G. – Ural State Agricultural University, Russia
Maciejczak, Mariusz – Warsaw University of Life Sciences
Madleňák, Radovan – University of Žilina, Slovakia
Mitrofanova Vasilievna, Inna – Southern Science Center of the Russian Academy of Sciences, Russia
Nagy, Henrietta – Milton Friedman Egyetem
Nagyné Molnár, Melinda – Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Neszmélyi, György Iván – Milton Friedman Egyetem
Russin, John S. – LSU Agricultural Center, USA
Stratan, Alexandru – National Institute for Economic Research, Moldova
Szabó, Zoltán – Soproni Egyetem
Szalay, Zsigmond Gábor – Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Széles, Zsuzsanna – Soproni Egyetem
Szlávicz, Ágnes – University of Novi Sad, Serbia
Tóth, Tamás – Milton Friedman Egyetem
Trzcielinski, Stefan – Poznan University of Technology
Vinogradov, Szergej – Budapesti Metropolitan Egyetem
Zmija, Janusz – University of Agriculture in Krakow

Szerkesztő:

Némediné Kollár Kitti

Technikai szerkesztő:

Urbánné Malomsoki Mónika

Szerkesztőség címe:

2100 Gödöllő, Páter Károly u. 1.

E-mail: studia.mundi@uni-mate.hu, Honlap: <https://journal.uni-mate.hu/index.php/stm>

Kiadó:

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Vidékfejlesztés- és Fenntartható Gazdaság Intézet, Gödöllő

ISSN 2415-9395 (online)

Tartalomjegyzék / Table of contents

<i>Magyarország makettparkjai mint újszerű attrakciók a kulturális turizmusban</i> Hungary's castle replicas parks as innovative attractions in cultural tourism Wirth Gábor.....	3–16
 <i>Regional integration in Africa: progress of agenda 2063</i> Siphesihle Nene.....	 17–28
 <i>A megújuló energiaforrások és az online kommunikáció lehetséges kapcsolatainak vizsgálata primer kutatási módszerrel</i> <i>Examining the possible connections between renewable energy sources and online communication using primary research method</i> Fűrész Ágnes, Szeberényi András.....	 29–42
 <i>Circular economy supply chain and sustainable sourcing</i> Anathi Sokhetye.....	 43–53

***Do financial difficulties hinder the export of processing industries in transition countries?
– the case of Mongolia***

György Iván Neszzmélyi, Ulziimaa Altnaa.....54–61

Magyarország makettparkjai mint újszerű attrakciók a kulturális turizmusban

Wirth Gábor

Összefoglalás

Makettparkjaink az elmúlt években egyre dinamikusabban fejlődő turizmus mellett hazánk történelmének, kultúrájának megőrzésében is fontos szerepet játszhatnak. A makettparkok betöltött funkcióit áttekintve ki kell emelnünk a még meglévő nevezetességek megismertetését, népszerűsítését, valamint a már elpusztított épített örökség a jövő generációinak történő szemléletes átadását. A kutatás alapvető kérdése, hogy napjainkban milyen szerepet töltenek be a makettparkok Magyarország turizmusában, illetve hogy milyen eddig még ki nem használt turisztikai potenciál rejlik ezekben az újszerű attrakciókban. A kutatás során a szakirodalmi és történelmi áttekintést követően kvantitatív és kvalitatív módszerek alkalmazása is megtörtént. A számszerűsíthető adatok mögött álló összefüggéseket strukturált kvalitatív interjúk segítségével világította meg a szerző. A rendelkezésre álló látogatási adatok, a makettparkok által kínált szolgáltatások elemzése mellett ezeknek a létesítményeknek a különböző fejlesztési dokumentumokban történő megjelenése is a kutatás tárgyát képezte. A makettparkok által kínált előnyök elemzésénél természetesen nem szabad figyelmen kívül az ezen újszerű turisztikai attrakciók által kínált gazdasági lehetőségeket sem, ami a helyi bevételek növelésében, valamint a turisztikai – és szolgáltatási paletta bővítésében, illetve a munkahelyteremtésben nyilvánulhat meg, ami természetesen a település vagy desztináció imázsára is jótékonyan hat, ami hosszabb távon további bevételeket generálhat. Ez a tanulmány hiánypótlás céljából is készült, mivel Magyarország makettparkjainak (Mini Skanzen, Dinnyési Skanzen, Ezer Év Parkja, Hollókő LegÓfalu, Kiszéber Mini Magyarország, Magyarkert, Mini Magyarország Szarvas és a Mini vármegye makettpark) átfogó turizmuszakai kutatása ezidáig nem történt meg.

Kulcsszavak makettpark; attrakciófejlesztés; edutainment; lokális gazdaság

JEL Z31, Z32

Hungary's castle replicas parks as innovative attractions in cultural tourism

Abstract

Our castle replicas parks can also play an important role in preserving the history and culture of our country, alongside tourism, which has been growing more and more dynamically in recent years. In reviewing the functions of the model parks, we should highlight the promotion and publicity of the remaining landmarks, as well as the visual transmission of the destroyed built heritage to future generations. The fundamental question of the research is what role model parks play in tourism in Hungary today, and what untapped tourism potential lies in these novel attractions. Following a literature and historical review, both quantitative and qualitative methods were applied in the research. The author used structured qualitative interviews to shed light on the context behind the quantifiable data. The available visitor data, the analysis of the services offered by the model parks and the representation of these facilities in the various development documents were also the subject of the research. When analysing the benefits offered by the model

parks, the economic potential of these innovative tourist attractions should not be overlooked, which can be reflected in increased local revenues, a wider range of tourism and services, and job creation, which can also have a positive impact on the image of the municipality or destination, generating additional revenue in the long term. This study was also prepared to fill a gap, as no comprehensive tourism research has been conducted so far on Hungary's model parks (Mini Skanzen, Castle Replicas Park Dinnyés, Park of a Thousand Years, Hollókő Lego Village, Kisbér Mini Hungary, Magyarkert, Mini Hungary Szarvas and the Mini Castle County Model Park).

Keywords: *castle replicas parks; attraction development; edutainment; local economy*

JEL: *Z31, Z32*

Bevezetés

A makettek, mint különböző épületek kicsinyített másolatai már a történelem folyamán is fontos szerepet játszottak, a tervezést segítő és esztétikai funkció mellett az ismeretek átadásában is segítséget nyújtottak. (Horváth et al., 2023) Hazánk újszerű turisztikai attrakciói közül makettparkjaink kiválóan alkalmasak történelmi, örökségi értékeink bemutatására és megőrzésére, valamint az épített turisztikai attrakciók megismertetésére, népszerűsítésére. A tanulmányban Magyarország jelenleg megtekinthető makettparkjainak (Mini Skanzen, Dinnyési Skanzen, Ezer Év Parkja, Hollókő LegÓfalu, Kisbéri Minimagyarország, Magyarkert, Mini Magyarország Szarvas és a Mini vármegye makettpark) turisztikai szerepe és a bennük rejlő potenciál kerül elemzésre. A nemzetközi trendekkel összhangban a mesterséges turisztikai attrakciók hazánkban is egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek (Aubert 2011), a COVID-19 világjárvány óta pedig a kültéri tevékenységek turisztikai jelentősége is felértékelődött.

A kutatás során fel kellett tenni azt a kérdést, hogy milyen szerepet játszanak ezen különleges attrakciók az adott település és a térség turizmusában. Emellett a szerző kiemelten vizsgálta, hogy ezek az egyedi létesítmények mennyiben járulnak hozzá a turisztikai kínálat bővítéséhez, amihez természetesen azt is elemezni kellett, hogy hogyan jelennek meg az adott település, illetve térség fejlesztési dokumentumaiban, emellett a vizsgált attrakciókról a legnépszerűbb közösségi oldalon megjelent látogatói visszajelzések elemzése is megtörtént.

Hazánk makettparkjainak létrehozásának nyomon követhetők a külföldi előzményei: A Wörthi-tó partján, Klagenfurtban található Minimundus napjainkban Karintia egyik legnépszerűbb látványlójának számít. A makettparkban 156 darab, 1:25 arányú, valóság-hű, világhírű épület makettjét tekinthetik meg a látogatók. A Minimundus 1958-ban nyitotta meg kapuit, azóta több mint 15 millió látogató csodálhatta meg az ott kiállított globális vonzerejű épületek kicsinyített másait. (Simándi – Benkei-Kovács 2018) A másik nagyon ismert nemzetközi példa a brüsszeli Mini Europe, ahol 350 európai nevezetesség kicsinyített mása tekinthető meg. Oroszi és Gonda (2020) a makettparkokat a turisztikai termék imitációk egyik változataként értelmezi.

Magyarországon az első makettpark 2011-ben nyitotta meg kapuit, ezt követően pedig több hasonló helyen tekinthetik meg a látogatók a különböző turisztikai nevezetességek kicsinyített másait. Nemzetközi szinten azonban a makettparkok turisztikai látványosságként való megjelenése már egyáltalán nem újkeletű. Az első európai makettpark az angliai Becenscotban nyílt meg 1929-ben, amit olyan hasonló létesítmények követtek, mint a szászországi Oedaranban található Klein-Erzgebirge 1933-ban. A makettparkok első virágkorát az 1950-es években lezajlott építési hullám hozta

el, amit olyan szabadtéri múzeumok fémjeleztek, mint a kaliforniai Anaheim-ban található Disneyland, a hágai Madurodom, vagy a Swissminiatur, amit a svájci Melidében kereshetnek fel a látogatók. Közülük a legismertebb a ma is népszerű, 1958-ban megnyílt klagenfurti Minimundus.

Az 1980-as évektől kezdve világ- és európaszerte nyomon követhető egy új makettparknyitási hullám. A brüsszeli Mini-Europa, az Èlancourtban található France Miniature egyaránt ebben az időszakban jöttek létre, a XXI. században pedig már Izraelben, Törökországban és Kínában is nyíltak makettparkok, ami már egy világszintű trendet tükröz. Európában napjainkban több mint 70 ilyen szabadtéri miniatúrákiállítást tartanak számon. (Stalla, 2012) Ezek a szabadtéri múzeumok nagy kiterjedésű parkosított vagy zöld területeken helyezkednek el, a turistaattrakciót pedig a híres épületek, városrészek és városok kicsinyített másolatai jelentik. (Stalla, 2012)

A makettparkok számának növekedése a szakirodalom által felvázolt trenddel is magyarázható, miszerint a mesterséges turisztikai attrakciók, valamint az aktív programok egyre népszerűbbé válnak (Aubert 2011), a COVID-19 világiárvány óta pedig a kültéri tevékenységek is felértékelődtek, ami a természetközelség és biztonság iránti fokozott igénynek köszönhető. (Csapó-Törőcsik 2020) A makettparkok növekvő népszerűsége abban is áll, hogy ezek az objektumok művészeti és kulturális jelentőséggel is rendelkeznek.

Anyag és módszer

A szerző tanulmányában a Dinnyési Várparkot, a Szarvason található Minimagyarországot, az ászári Mini Skanzent, a mórthalmi Ezer Év Parkját, a hollókői LegÓfalut, a kisbéri Minimagyarországot, a jakabszállási Magyar kertet és a soproni Mini vármegye makettparkot vizsgálja.

Az elvégzett kutatás legfőbb kérdése, hogy milyen szerepet töltenek be a Magyarországon található makettparkok az adott desztináció turizmusában, illetve hogy milyen kiaknázatlan potenciál rejlik ezekben az újszerű turisztikai attrakciókban. Mindezekből következik annak vizsgálata, hogy hogyan jelennek meg az adott település, illetve térség fejlesztési dokumentumaiban. A témára vonatkozó szakirodalom feldolgozása a kutatás nélkülözhetetlen kiindulópontját jelentette, de nem lehetett figyelmen kívül hagyni a rendelkezésre álló statisztikai adatok összegyűjtését sem. Az előbbiekben megfogalmazott kutatási kérdéseknek megfelelően a négy vizsgált turisztikai vonzerő földrajzi- és közlekedésföldrajzi helyzetét, a település szerkezetén belüli elhelyezkedését, valamint a különböző településfejlesztési dokumentumokban való megjelenését is elemeztem.

A szerző 2019-ben és 2020-ban végzett terepbejárása során személyesen is képet alkothatott a vizsgált turisztikai vonzerők, valamint a különböző típusú települések, Ászár, Sopron, Kisbér, Mórhalom, Hollókő, a közigazgatásilag Gárdonyhoz tartozó Dinnyés, valamint Szarvas és Jakabszállás adottságairól is. A kutatás tárgyát képező három meghatározó létesítmény vezetőjével, fenntartójával a szerző 2020-ban és 2021-ben mélyinterjúkat készített, melyeket egy strukturált és standardizált kérdőív segítségével végzett el (Dinnyési Várpark, Ezer Év Parkja, szarvasi Mini Magyarország). A feltett kérdések a létesítmény létrehozására, a termék- illetve szolgáltatási paletta és a látogatók jellemzőire, az eddigi és a jövőbeli fejlesztésekre, a nyilvános forgalmi adatokra, valamint a többi vállalattal, illetve ágazattal fenntartott kapcsolatokra irányultak.

Magyarország makettparkjainak összehasonlító elemzéséhez Pikkemaat B. – Peters M. – Schoppitsch K. (2006) kritériumrendszere került kiegészítésre további kategóriákkal. Az összehasonlítás kritériumait a település elemzése, a fenntartás módja, a nyitás éve, az attrakcióelemek száma, az élmények jellege, a nyitvatartás, a felnőtt belépőjegy ára, a szolgáltatások száma, valamint az online megjelenés alkották. Az online megjelenés értékelése maximálisan 5 pont, tehát ha a létesítmény saját weboldallal rendelkezik, vagy korszerű, felhasználóbarát, áttekinthető weblappal, saját

facebook-oldallal, megjelenik egyéb közösségi oldalakon, emellett az első oldalon jelenik meg a Google keresőjében a „makettpark” kifejezésre, valamennyi vizsgált kritériumnak megfelel.

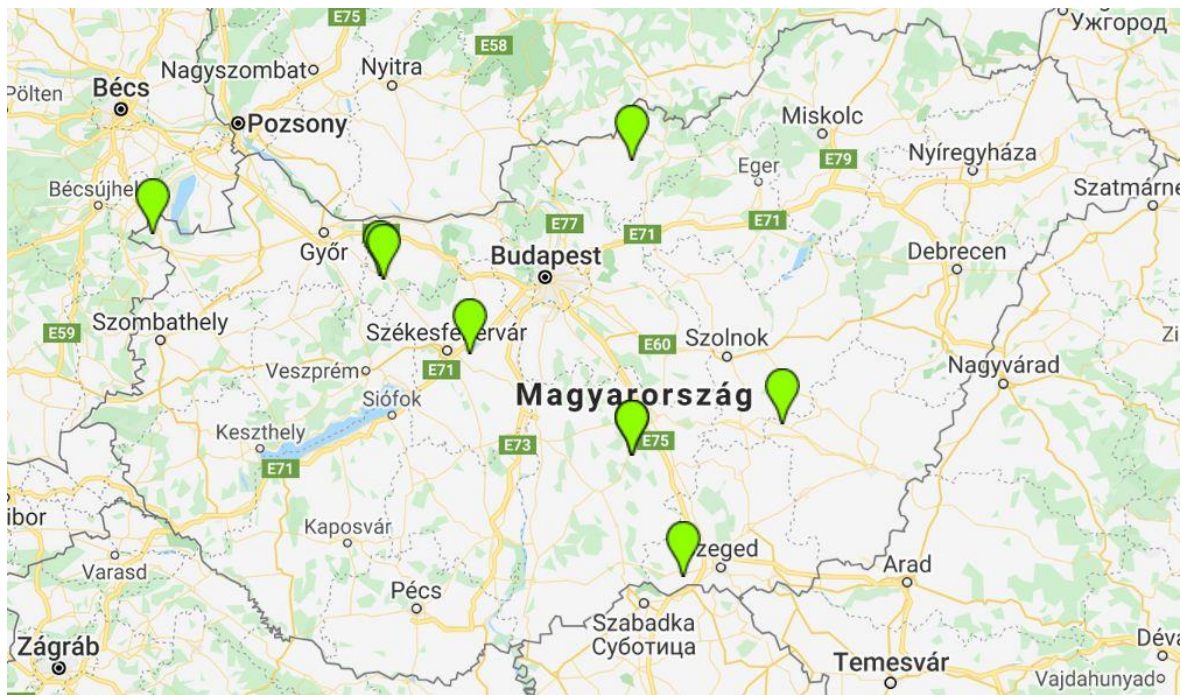
Hazánk makettpark-menedzsmentjének jó gyakorlatai a dinnyési Várpark és a szarvason található Minimagyarország működésének és fejlesztési terveinek feltárásával kerülnek bemutatásra.

A makettparkok turisztikai hasznosítási lehetőségeinek kutatását eddig nem csak a hazai, hanem a nemzetközi kutatások is elhanyagolták.

Eredmények

Hazánk makettparkjainak összehasonlító elemzése

A vizsgált nyolc makettpark közül 4 a Dunántúlon, 4 pedig a keleti országrészben található. (1. ábra) A 429/2020 (IX.14.) Kormányrendeletben lehatárolt turisztikai térségek közül 3 makettpark a Budapest környéke, Sopron-Fertő, Szeged és térsége turisztikai térségben, a szarvasi, a jakabszállási, hollókői, ászári és kisbéri makettparkok pedig a 11 turisztikai térségen kívül helyezkedik el.



1. ábra: Magyarország makettparkjainak földrajzi elhelyezkedése

Forrás: saját szerkesztés a google.hu segítségével

Magyarország makettparkjait összehasonlítva megállapíthatjuk, hogy ezen szabadtéri turisztikai attrakcióink 2010 után jöttek létre, amiben feltételezhetően a gazdasági makrokörnyezet változása is szerepet játszhatott. (1. táblázat) A vizsgált turisztikai vonzerők fele nem akarja vagy tudja teljesíteni az egész éves nyitvatartást, de az év legnagyobb részében fogadnak látogatókat.

1. táblázat: Magyarország makettparkjainak összehasonlító elemzése Pikkemaat B. – Peters M. – Schoppitsch K. (2006) kritériumrendszere alapján

	Mini Skanzen	Dinnyési Várpark	Ezer Év Parkja	Hollókő Leg-Ófalu (Palóc Játsszóház)	Kisbéri Mini Magyarország	Magyarkert	Mini Magyarország Szarvas	Mini vármegye makettpark
Település	Ászár	Dinnyés (Gárdonyi)	Mórahalom	Hollókő	Kisbér	Jakabszállás	Szarvas	Sopron
Fenntartás	Önkormányzat	Magán	Önkormányzat	Magán (pályázati projekt)	Önkormányzat (Wass Albert Művelődési Központ)	Magán	Magán	Magán
Nyitás éve	2011	2013	2015	2016	2011	2011	2013	2016
Makettek száma	22	49 + egyéb látnivalók (Skanzen; székervár és palánkvár, Szentek Fala)	54	9 (egy dioráma)	44	nem releváns	közel száz + 22 interaktív vasút- és hajómodell	32
Élmény jellege	népi építészet megismerése	várak, történelem, életmód szórakoztató megismerése	épített örökség és kultúra interaktív, múzeumpedagógiaiával támogatott megismerése	mesterségek kipróbálása, hagyományok, kulturális és épített örökség megismerése	Magyarország nevezetességeinek megismerése	Magyarország föld- és vízrajzának megismerése élő terepszállal, élő térkép, aktív pihenés	Történelmi Magyarország nevezetességeinek interaktív megismerése	A történelmi Sopron-vármegye nevezetességeinek megismerése
Nyitvatartás	május 1-jétől október 15	egész évben	egész évben	egész évben	március -október 31	március 15.-október 31-ig	egész évben	Szeptember 1-től október 15-ig
Belépőjegy (felnőtt, Ft)	600	2000	2300	1000	500	1700	2100	díjtalan (becsületkassa)
Szolgáltatások száma	4	20	13	7	1	17	5	3
Online megjelenés	2	3	5	2	1	4	5	3

Forrás: saját szerkesztés saját kutatás alapján

A kiállított makettek mennyiségét tekintve a szarvasi Minimagyarország áll az első helyen, nemzetközi elismeréseket tekintve pedig az ötszörös Guinness-rekorder Dinnyési Várpark, ami a mórakalmi Ezer Év Parkjával együtt Magyarországon a legtöbb szolgáltatást kínálja vendégeinek. (1.táblázat) Az online térben az Ezer Év Parkja és a Mini Magyarország vannak a legaktívabban jelen. (1.táblázat) Magyarország legnépszerűbb közösségi portálján a szarvasi Mini Magyarországot 42.000 Dinnyési Várparkot 19.000, a Magyarkert 8100, az Ezer Év Parkját 5700, a kisbéri Mini Magyarország 741 felhasználó kedveli, ami reálisan tükrözi az attrakciók ismertsége és népszerűsége közötti különbséget. A kedvelések számát vizsgálva meglepőnek mondható, hogy a Dinnyési Várpark az öt ismert nemzetközi Guinness-rekord elismerés ellenére nem annyira ismert, mint a szarvasi Minimagyarország, az ország első makettparkja pedig csak eléggé kevés látogató körében kedvelt.

Általánosan megállapítható, hogy a belépőjegyek árai az árérzékenyebb látogatók számára is megfizethető. (1.táblázat) A Sopron Vármegye makettpark magán alapítás, a létesítmény ötlete és megvalósítása a 2018-ban elhunyt Bognár Csaba nevéhez fűződik. A makettpark fenntartója jelenleg a Full Energy benzinkút. Az egész évben nyitvatartó attrakció látogatása ingyenes, a kapunál a létesítmény fenntartásának elősegítése érdekében egy becsületkasszát helyeztek el. Az időjárás viszontagságainak kitétt makettek jelenleg nem végeznek javítási, állagmegóvási munkákat.

A Szeged és térsége desztinációhoz tartozó Mórahalmi Ezer Év Parkját 2017-ben vette át az önkormányzat egy magánszemélytől, az 54 makettel rendelkező létesítmény számos szolgáltatással várja az érdeklődőket. (Fodor 2021) A tematikus túrlátogatások segítségével a kiállított makettek segítségével különböző korokba nyerhetnek bepillantást a látogatók. A makettpark családbarát jellegét olyan szolgáltatásokkal igyekeznek erősíteni, mint a korhű ruhákba öltözés lehetősége, múzeumpedagógiai foglalkozások, témavezető füzetek, valamint különböző kvízzjátékok gye-

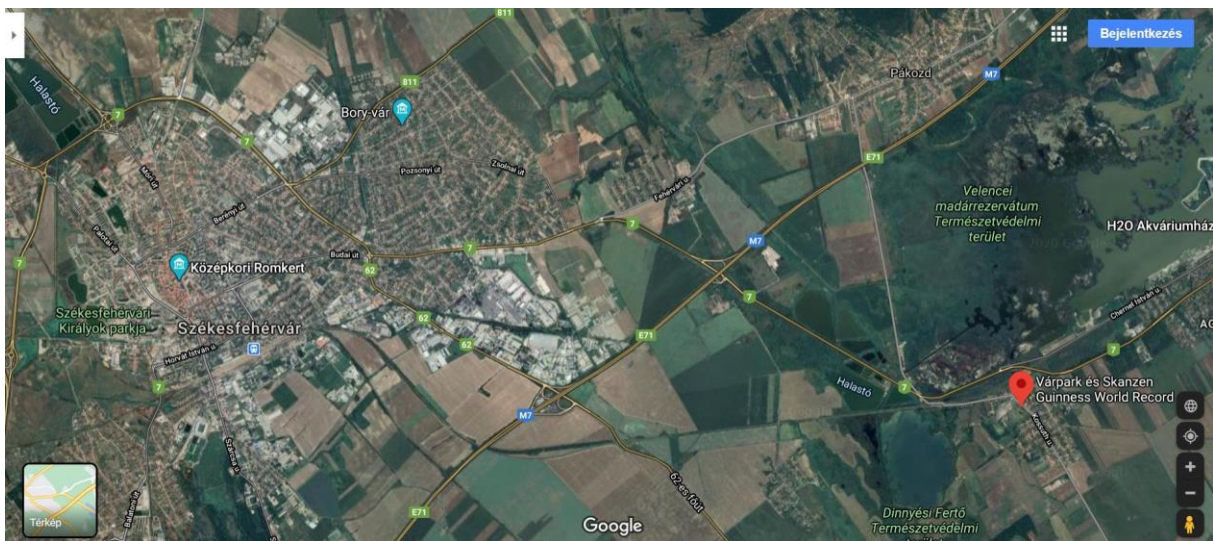
rekeknek és felnőtteknek. (Fodor 2021) Az aktuális településfejlesztési stratégia egyik fontos célkitűzése, hogy Mórahalom „a „turizmus, rekreáció és a sport városa” legyen, ezért a dokumentum a kulturális turizmus vonzerőinek, köztük az Ezer Év Parkja fejlesztésének is nagy jelentőséget tulajdonít. (Hübner 2020)

A vizsgált attrakciók közül a jakabszállási Magyarokert abból a szempontból különleges, hogy nem az örökségi értékeket, hanem Magyarország földrajzi adottságait szeretné a látogatókkal megismertetni. Magyarország makettparkjairól a nyújtott élmények jellegét vizsgálva megállapítható, hogy habár a Magyarokerten kívül mindegyikük a történelmi és örökségi értékeket ismerteti meg a látogatókkal, mégis minden egyes létesítmény rendelkezik valamilyen egyedi jellemzővel, USP-vel, melynek alapján egy egyedi márkával rendelkezik, vagy egyedi márkává, arculatúvá alakítható. A márkáépítés és a közösségi oldalakon látható kedvelések, valamint a fenntartási forma között összefüggés figyelhető meg: A népszerűbb makettparkok magán üzemeltetésű attrakciók. Az önkormányzati fenntartású attrakciók esetén feltehetően csak kevesebb energiát tudnak a fenntartásra, fejlesztésekre és a marketingre fordítani.

Történelmi, örökségi értékeink bemutatása, megőrzése nem csak a külföldi turisták, hanem a magyar társadalom számára is vonzó lehet, különösen akkor, ha ezen létesítmények meg tudják valósítani az „edutainment”-et, a szórakoztatva történő oktatási-tanulási folyamatot, aminek az eszköze a megfelelő online és offline látogató- és attrakciómenedzsment, valamint a múzeumpedagógia.

A történelmi értékek megőrzésének újszerű koncepciója a Dinnyési Várpark példáján

A Dinnyési várpark megálmodóját és létrehozóját, Alekszi Zoltánt az Egri csillagok ihlette 12 évesen, hogy felnőttként megvalósítsa elképzelését, egy várpark létrehozását a történelmi Magyarország már elpusztult várainak megismertetése céljából. (Alekszi 2020) Családjával Budapestről költöztek a Velencei-tó mellé, hogy egy arra alkalmas telken megépíthesse régi váraink kicsinyített mását, lehetőség szerint az eredeti alapanyagokból. A várpark a 7-es autópálya közelében, körülbelül 14 kilométerre Székesfehérvár történelmi városközpontjától, 6 kilométerre a gárdonyi városközponttól, a Dinnyési Hagyományőrző Templomkert és a Dinnyési Fertő Természetvédelmi Terület közelében helyezkedik el. (2. ábra)



2. ábra: A Dinnyési várpark elhelyezkedése

Forrás: google.hu

Az üzemeltető és tulajdonos megfogalmazása szerint a Dinnyési Várpark egy „vármentő park”, olyan vármakettekkel, amelyeket az átlagember nem ismer, vagy már eredetiben romos állapotban vannak. A már romos vagy elpusztult várak bemutatása azért is elsődleges, mert Alekszi Zoltán nézőpontja szerint „a meglévő várakat a helyszínen kötelesek megnézni a magyarok”. (Alekszi 2020)

A vármakettek építésekor a régészeti alaprajz jelentette a kiindulási pontot, illetve a régészeti ásatások során szerzett információk. Mindezek alapján Alekszi Zoltán vázlatrajzok elkészítésével kezdte munkáját, a vármakettek építése pedig az eredeti alapanyagokból történt. A makettek megjelenése természetesen az alkotó egyéni stílusát is tükrözik. A legautentikusabb vármakett a székesfehérvári vár miniatűr mása. (1. kép)



1. kép: A Székesfehérvári vár valóság-hű makettje a Dinnyési várparkban

Forrás: saját felvétel

Hazánk egyik legismertebb várának feltárásában Siklósi Gyula professzor oroszánrészt vállalt, munkásságának köszönhetően a várparkban megtekinthető Székesfehérvári vár makett a régészeti anyagok alapján készült el (1. kép). A várpark megvalósulását szakmailag is segítette, többször elment a helyszínre és ellenőrizte az Alekszi Zoltán által készített másolatot. Megfogalmazása szerint a várpark megalkotója „lefordította a történészek és tudósok nyelvét a hétköznapi emberek számára” (Alekszi 2020) A várpark világszinten egyedülálló, anyag-hű makettparkként háromszor került be a Guinness-rekordok könyvébe.

A várparkot több generáció is előszeretettel látogatja, a kicsi gyermekektől a 80-90 évesekig. Alekszi Zoltán a legjobb kritikát a nyugdíjas korosztálytól kapta: „Ha ilyen lett volna akkor a történelemoktatás, nagyon szerettük volna.” (Alekszi 2020) Az egyéni látogatók mellett sok iskoláscsoportot is fogadnak, 2019-ben 10 ezer meghívott, 12 ezer fizetős vendége volt a létesítménynek. Alekszi Zoltán karitatív tevékenységet is folytat: 2019-ben a „Vakok éve” alkalmából vak és látásérült fesztivált rendeztek, 2020-ban pedig a trianoni békediktátum évfordulója alkalmából 15.000 ajándék jegyet küldtek Kárpát-medencei diákoknak. (Alekszi 2020) Annak ellenére, hogy a várpark csak szombaton és vasárnap látogatható, 2020-ban több fizetős vendége volt, mint 2019-ben. 2020-ban összesen körülbelül 16 ezren látogatták meg a Dinnyési Várparkot. (Alekszi 2020) A látogatószám növekedés több oka is visszavezethető: A COVID-19 világjárvány első hullámát követően

nyáron már lehetőség volt kirándulni, ekkor a magyarok többsége a belföldi úticélokat részesítette előnyben. Mivel a várpark szabad térben, fedetlen területen található, lehetetlen ott összezsúfolódni, így a járvány idején is nagyon biztonságos kirándulási célpontnak számít.

A más országokban élő magyar közösségek számára is egyre nagyobb népszerűségnek örvend a várpark. A szomszédos országokon kívül Ausztráliából, Kanadából, az Amerikai Egyesült Államokból is érkeztek magyar látogatók, de egy alkalommal két turnusnyi amerikai számítástechnikus diák különböző amerikai egyetemekről is meglátogatta a létesítményt. 2020-ban a korlátozások feloldását követően nyáron ázsiai vendégei voltak a várparknak, a kínai nagykövetségről is érkeztek látogatók. (Alekszi 2020)

A turizmusra jellemző szezonális nagy hatással van a várpark működtetésére, ami a gyakorlatban azt jelenti, hogy májustól augusztus 20-ig érkezik a legtöbb látogató. A világjárvány következtében 2020-ban az április és a május látogatóforgalma „nullázódott”, viszont májustól már érkeztek kiránduló osztályok. (Alekszi 2020)

A várpark mögött található egy Árpád-kori település életnagyságú másolata. Ezekkel az épületekkel azt is szeretnék megmutatni, hogy a nem kiváltságos társadalmi rétegek hogyan élhettek az államalapítást követően. A történelmi oktatás, illetve múzeumpedagógia meghatározó a Dinnyési Várpark működési koncepciójában is. Olyan jelmezes történelmi foglalkozásokat szerveznek iskolásoknak, óvodásoknak, mint a „Három ország népe”, vagy a „Piros fehér vagy zöld” történelmi játék. (Alekszi 2020) A várpark nemzetközi ismertségét növelte a 2020-as Guinness-Rekordok könyvében való megjelenés, ami 2 millió példányban jelent meg. A Dinnyési Várparkot 2020-ban Hungaricum címre terjesztették fel. (Alekszi 2020)

Alekszi Zoltán, a várpark fenntartója többféle fejlesztést is tervez a jövőben. Az automatikus beléptetőrendszer létesítése a látogatók gyors bejutása mellett a látogatószám mérésében is óriási segítséget jelent. Jelenleg öt darab vár építése van folyamatban, emellett még várható egy 92 edényből álló fazekas kiállítás megnyitása is, ami a kárpát-medencei fazekassággal ismerteti meg a várpark vendégeit. A kiállított tárgyak több mint 20 db fazekas tájegységből származnak, emellett a katolikus park kiállítási anyaga is készül. Az üzemeltető külsős vállalkozókkal dolgozik együtt, akik nem fizetnek bérleti díjat, vannak köztük kézművesek, fazekasok, bőrsők, kőfaragók is. (Alekszi 2020) A Várpark termékpolitikájának alapvető célja a kínálati paletta színesítése, nem a minden áron való bevétel, hanem a minőség nyújtása. Alekszi Zoltán küldetése a nem profitorientált turizmus, ami elmondása szerint azt jelenti, hogy a fenntartáshoz meg a megélhetéshez van szüksége bevételre abból a célból, hogy a múltból mindél többet megmenthessen. (Alekszi 2020) A látogatókat a jövőben tárlatvezetésekkel is várják, amelyeket egy erősen látássérült fiú tart. A várpark akadálymentesített, így megfelel a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 horizontális céljai közül a hozzáférhető turizmus alapelveinek is. (MTÜ 2017) A megnövekedett látogatóforgalom miatt szükségessé válik egy büfé üzemeltetése is, ahol melegételt is kínálnak. A Dinnyési Várpark legnagyobb erőssége és egyedisége úgy foglalható össze, hogy az ott megtekinthető várak az eredetihez hasonló alapanyagokból készülnek, a kővárakat kőből, téglavárakat téglából, a palánkvárakat pedig fából és földből készíti el a várpark üzemeltetője.

Alekszi Zoltán együttműködik a gárdonyi, velencei és a székesfehérvári TDM-egyesületekkel, a Velencei-tó térségének legfontosabb szolgáltatóival, köztük a szállodákkal és a nagyobb éttermekkel. A Várpark további fontos partnerének számít a kápolnásnyéki Halász-kastély és a Bory-vár. Ezek a létesítmények látogatóiknak rendszeresen ajánlják partnereiket, tulajdonképpen egymásnak „küldenek” látogatókat. (Alekszi 2020) Ez az egyszerű, de hatékony együttműködési forma lényegesen komplexebbé teheti a térség kulturális turisztikai kínálatát. Gárdony integrált településfejlesztési stratégiájának megalapozó vizsgálata a várparkot Dinnyés új turisztikai parkjaként említi, ahol Magyarország középkori várainak kicsinyített mását és a magyar királyok emlékoszlopát tekinthetik

meg a látogatók (GVITSM 2015), a vizsgálatra alapozott II. stratégiai dokumentumban azonban már nem szerepel az azóta többszörös Guinness-rekordként számon tartott várpark. (GVITS 2015)

Kreatív termékfejlesztés a történelmi Magyarország örökségturisztikai értékei mentén a Mini Magyarország Makettparkban

A Szarvason található Mini Magyarország makettparkot a klagenfurti Mini Mundus és a brüsszeli Mini Europe hatására hozták létre, 2013-ban, 22 anyaországi látnivaló kicsinyített másolatával nyitotta meg kapuit. A Mini Magyarország megálmodójának, Bukovinszky Bélának utazásai során a klagenfurti és brüsszeli makettparkok adták az ötletet egy hasonló magyarországi gyűjtemény létrehozására. (Klemann 2020) A már az egyik legismertebb Stájerországban található látnivaló, a 26.000 négyzetméteres területen létesített Minimundus koncepciójának legfőbb eleme az állandó megújulás, bővülés, valamint az „Edutainment”, az ismeretek szórakoztatva történő átadása. A makettpark folyamatos bővítése és a kínálati paletta folyamatos bővülése miatt a létesítmény arra ösztönzi a látogatókat, hogy többször is visszatérjenek. A Minimundus a kínálat sokszínűségének köszönhetően a családokon kívül számos más szegmenst is képes megszólítani. A világ legismertebb nevezetességeinek valóság-hű megjelenítése egyedivé teszi ezt a turisztikai célpontot, emellett a park természetes környezetével való összhang a környezeti fenntarthatóság alapelveinek is megfelel. (Pikemaat et al. 2006)

Szarvas, mint a történelmi Magyarország mértani középpontja, ideális helyszínt jelentett egy olyan újszerű kiállításnak, ami a történelmi Magyarország számos épített örökségi értékét mutatja be, köztük sok várat és kastélyt. A kiállítás tervezésekor figyelembe vették a megjelenített objektumok történelmi, építészeti, de akár irodalmi vonatkozását és/vagy jelentőségét; valamint földrajzi elhelyezkedését. A kiállított makettek színházi díszletépítő cégek alkották meg. (Klemann 2020) A létesítményt Klemann Tímea sajtóreferens a vele készített interjúban „Magyarország egyetlen interaktív makettparkjaként” határozta meg. (Klemann 2020)

A DELTA-UNION Vendéglátó és Szolgáltató Betéti Társaság a Szarvasi Arborétum bérelt területén, az Új Széchenyi Terv támogatásával valósította meg a „Mini Magyarország” elnevezésű turisztikai szolgáltatásfejlesztési projektet. (minimagyarorszag.hu) A Mini Magyarország megnyitása a gazdasági válságot követő években történt, amikor nem csupán a Szarvasi Arborétum, hanem a város turizmusa is számos anyagi és fenntartási problémával szembesült. (Bukovinszky 2020)

A város Fő terétől 2,4 kilométerre található makettparkot 2013-ban a mai Magyarország főbb nevezetességeinek méretarányos makettjeivel nyitották meg, a következő években pedig anyaországi és határon túli magyar nevezetességek másolataival is színesítették a létesítmény kínálatát. (2. kép)



2. kép: A Vajdahunyadi vár kicsinyített mása a Minimagyarország Makettparkban

Forrás: minimagyarorszag.hu, 2023

2015-től erdélyi várak is színesítik a Minimagyarország makettpark palettáját, amire az egyik legismertebb példa az erdélyi Vajdahunyad vár makettje, ami méltán nagyon népszerű a látogatók körében (2. kép). 2020-ban a füzéri vár, a sárospataki vár és a tiszadobi kastély kicsinyített másolataival is bővült a kiállítás. A vírushelyzet alatt fennálló utazási korlátozások idején a csíksomlyói Hármashalom-oltárral kibővített templom makett egyfajta „pótlékot” jelentett mindazok számára, akik az eredeti helyszínre terveztek ellátogatni. (Klemann 2020)

A maketteket egy budapesti és egy szarvasi makettkészítő csapat készíti egy különleges műanyagfajtából. Az építmények elemenként készülnek, hogy kiállják az időjárás viszontagságait. A gyártás során marógépet és 3D-s nyomtatót is felhasználnak. Számos a parkban található makett interaktív, ami azt jelenti, hogy a miniatűr építmény előtt elhelyezett információs táblán egy nyomógomb segítségével különböző dallamok, hanghatások és mozgások fokozzák a látogatói élményt. A maketteket folyamatosan restaurálják. A környezeti hatások közül ki kell emelni az UV-sugárzást, ami tönkre teszi a festékrétegeket. A restaurálási munkákon egy szarvasi restaurátorcsapat dolgozik telen. (Klemann 2020) Az épületek tájolása megfelel az adott látnivaló történelmi Magyarországon belüli elhelyezkedésének, de az adott épület tervrajzát is igyekeznek kikérni az intézménytől a makettek tervezésekor. (Klemann 2020)

Tekintve, hogy a Mini Magyarország állami intézményhez tartozó bérlemény, kevés pályázati lehetősége van (Klemann 2020), ennek ellenére a park folyamatosan bővül új makettekkel, amire aktuális példaként 2019-ben a soproni Tűztorony mellett a fertődi Eszterházy-kastélyt, valamint a burgenlandi Fraknó és Léka várát említhetjük. A Mini Magyarország Makettpark abban a tekintetben is egyedülálló, hogy itt található Magyarország leghosszabb szabadtéri makettvasút hálózatát. (MTI 2019) Az országos szinten szintén egyedülálló, több mint 600 méter hosszú kültéri vasúthálózathoz kapcsolódott a júliusban megrendezett Mini Mozdonyok Nagy Napja, ami már szinte hagyománnyá vált a Mini Magyarország programpalettáján. A rendezvényen több modellépítő vonatjai is elindulhatnak a makettpark sínpályáján. (Klemann 2020)

2020-ban a két hektáros területen fekvő park ugyan nyitva állt, de a látogatók száma a világvárvány következtében drasztikusan csökkent. A makettpark szabadtéri jellegére való tekintettel a pandémia időszakában is biztonságos úticélt jelentett. (Klemann 2020) A jól átgondolt koncepciónak és a

megfelelő menedzsmentnek köszönhetően a Mini Magyarország öt év leforgása alatt közpénz felhasználása nélkül vált Szarvas legnagyobb látogatottságú turisztikai attrakciójává. (Klemann 2020)

A park területe jelenleg körülbelül az 50%-os beépítettségénél tart, ezért a vezetőség célját a kiállítás további makettekkel történő bővítése, valamint a látogatók élményét fokozó környezet kiépítése jelentik. A létesítmény működését jelentősen meghatározza a turizmusra jellemző szezonális. A látogatóforgalom az év hónapjaira vetítve áprilistól november elejéig koncentrálódik, évente körülbelül 100 ezer egyéni látogató keresi fel a Mini Magyarországot. (Klemann 2020) 2018-ban 115 ezer (Klemann 2020), 2019-ben pedig már több mint 125 ezer látogató kereste fel a makettparkot. (MTI 2019) A magyar és a külföldi látogatók: aránya 95-5% A látogatók megoszlása szegmensek tekintetében szezonálisan különböző: nyáron családok, tavasszal és ősszel csoportok és családok vegyesen keresik fel a létesítményt. (Klemann 2020) Arra vonatkozóan, hogy a vár- és kastélymakettek közül melyek a legnépszerűbbek, a menedzsment nem végez konkrét mérést. A makettpark sajtóreferensének személyes tapasztalatai szerint jellemzően az interaktív és/vagy azok az attrakciók a legkedveltebbek, amelyek a valóságban is népszerűek. (Klemann 2020)

A Mini Magyarország reklámstratégiájáról elmondható, hogy a social media felületeken kívül nem jelenik meg fizetett hirdetésekben. Az egyre ismertebbé váló turisztikai attrakció helyet kapott több városi és térségi imázsfilmekben is. Napjainkban az interaktív makettpark az Arborétum mellett a legismertebb és egyben leglátogatottabb vonzerő Szarvason és térségében. (Klemann 2020)

A Körösmenti TDM-szervezettel, ami több település turisztikai kínálatát szeretné desztinációs szinten sikeres márkává alakítani, jó kapcsolatban van és rendszeresen együttműködik a Mini Magyarország vezetősége. A Mini Magyarország kooperációs tevékenysége azonban nem merül ki a TDM-szervezettel való közös munkában: A helyi hotelekkel és egyéb szállásadóval, más hasonló attrakciókkal, mint például az Állatpark vagy az Arborétum, sétahajókkal, múzeumokkal is együtt dolgozik, egymást népszerűsítve saját online és offline felületeiken. Kommunikációjukban Szarvast, mint desztinációt ajánlják, nem csupán az egyes attrakciókat. (Klemann 2020)

Következtetések és javaslatok

Az elvégzett kutatás legfőbb kérdése, hogy a Magyarországon található makettparkok milyen szerepet töltenek be az adott desztináció turizmusában. Ehhez kapcsolódóan a szerző azt a kutatási kérdést is felvetette, hogy milyen kiaknázatlan potenciál rejlik ezekben az újszerű turisztikai attrakciókban.

Összességében megállapíthatjuk, hogy hazánk makettparkjai figyelembe vették a megjelenített objektumok történelmi, építészeti, de akár irodalmi vonatkozását és/vagy jelentőségét, valamint földrajzi elhelyezkedését. A makettparkok többsége színházi díszletépítő cégek munkáját dicséri, de vannak egy-egy konkrét alkotóhoz is köthető helyszínek, amikor egy élet alkotó munkája elevenedik meg ezekben a miniatúrákban. A kutatási eredmények alapján világossá válik, hogy a makettparkok önmagukban nem tesznek sikeressé egy turisztikai desztinációt, viszont színesíthetik és komplexebbé tehetik annak kínálatát, megfelelve a szakirodalomban is hangsúlyozott „élménygazdagságnak”. (Aubert 2011)

A vizsgált makettparkok elemzése során az is kiderült, hogy a makettek száma önmagában nem dönti el az adott attrakció népszerűségét, ehelyett inkább az interaktivitás és a replikák köré telepített szolgáltatások a meghatározók. Ezen mesterséges attrakciók kiválóan alkalmasak az adott desztinációban történő tartózkodás meghosszabítására, még akkor is, hogyha a vendégéjszakák számának növelése helyett ez egynapos látogatók igényeinek szeretnénk minél magasabb szinten megfe-

lenni, mint például a Velencei-tó partján. Egy makettpark látogatása általában nagyon jól kombinálható egyéb programokkal. A mesterséges attrakciókat tekintve is megállapíthatjuk, hogy nem az adott településen belüli fekvés, ehelyett sokkal inkább a megfelelő márkaépítés tesz sikeressé egy makettparkot. Ezen attrakciók látogatóinak eloszlását vizsgálva az is világossá válik, hogy leginkább a hazai látogatók dominálnak, így a kutatás jelenlegi eredményei szerint elsődlegesen a belföldi turizmus élénkítésére alkalmasak. A COVID-19 járvány óta kimutathatóan megnőtt a fogyasztói igény a biztonságos és természetközeli helyszínekre.

Makettparkjaink az elmúlt években egyre dinamikusabban fejlődő turizmus mellett hazánk történelmének, kultúrájának megőrzésében is fontos szerepet játszhatnak. Történelmi, örökségi értékeink bemutatása, megőrzése nem csak a külföldi turisták, hanem a magyar társadalom számára is vonzó lehet, különösen akkor, ha ezen létesítmények meg tudják valósítani az „edutainment”-et, a szórakoztatva történő oktatási-tanulási folyamatot, aminek az eszköze a megfelelő online és offline látogatómenedzsment és múzeumpedagógia.

A makettparkok betöltött funkcióit áttekintve ki kell emelnünk a még meglévő nevezetességek megismertetését, népszerűsítését, valamint a már elpusztított épített örökség a jövő generációinak történő szemléletes átadását.

A makettparkok által kínált előnyök elemzésénél természetesen nem szabad figyelmen kívül az ezen újszerű turisztikai attrakciók által kínált gazdasági lehetőségeket sem, ami a helyi bevételek növelésében, valamint a turisztikai – és szolgáltatási paletta bővítésében, illetve a munkahelyteremtésben nyilvánulhat meg, ami természetesen a település vagy desztináció imázsára is jótékonyan hat, ami hosszabb távon további bevételeket generálhat. A vizsgált XX-XXI. században létrehozott attrakciók hozzájárulhatnak a múlt megőrzéséhez, ami a Dinnyési Várpark esetében kiegészül egy a többi létesítménytől eltérő különleges értékmentő funkcióval is: az autentikus építőanyagokból elkészült makettek már elpusztult történelmi várakat jelenítenek meg, amelyek így az utókor számára is megismertethetővé válnak. Az eltérő profillal rendelkező, nyolc turisztikailag vonzó építményt illetve makettparkot összehasonlítva azt a következtetést is levonhatjuk, hogy az épített örökségi értékek a XXI. században csak úgy lehetnek igazán sikeresek és vonzók, ha a bemutatni kívánt főbb vonzerőkön kívül még egyéb interaktív interpretációs megoldásokkal, programokkal, valamint többféle szolgáltatással kiegészítve várják a látogatókat.

A helyi és térségi turizmusfejlesztés szereplői számára ezek az objektumok megteremthetik annak a lehetőségét, hogy sokszínűvé tegyék a desztináció kínálati palettáját. Ennek fontos feltétele, hogy az érintett döntéshozók és szakemberek a turisztikai és települési fejlesztési tervekben, dokumentumokban nagyobb hangsúlyt fektessenek ezekre a különleges vonzerőkre.

A vizsgált örökségi értékek működését jelentősen befolyásolja a turizmusra jellemző szezonális, amit ezen attrakciók szabadtéri jellege is erősít. A kutatási eredmények alapján az is megállapítást nyert, hogy a vizsgált vonzerőket jellemzően hazai látogatók keresik fel. A külföldi vendégek nagyobb arányú jelenlétéhez feltehetően aktívabb marketingre, márkaépítésre, valamint a digitális interaktív eszközök használatának, illetve a felkínált programok palettájának bővítésére lenne szükség, - mindez a többnyelvűség szem előtt tartásával - de ez a feltevés természetesen csak további kutatások segítségével lehetne bizonyítható vagy cáfolható. Ezzel összefüggésben az interjúk alapján azt a következtetést is levonhatjuk, hogy valamennyi vizsgált attrakció esetében szükség lenne egy a látogatókra és a látogatói igényekre vonatkozó pontos mérési rendszer kidolgozására és működtetésére.

Hivatkozott források

- Aubert, A. (2011): *Turizmus trendek és térszerkezet Magyarországon*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar
- GVITS (2015): KD-ITS Konzorcium: Gárdony város integrált településfejlesztési stratégiája. II. stratégia. BM jóváhagyási változat. Gárdony – Budapest – Székesfehérvár. Forrás: https://www.gardony.hu/user/browser/File/2015szeptember/2_G%C3%81RDONY%20v%C3%A1ros%20Integr%C3%A1lt%20Telep%C3%BCI%C3%A9sfejleszt%C3%A9si%20Strat%C3%A9gi%C3%A1ja.pdf (Letöltés ideje: 2021.01.15.)
- GVITSM (2015): KD-ITS Konzorcium: Gárdony város integrált településfejlesztési stratégiája. I. megalapozó vizsgálat. BM jóváhagyási változat. Gárdony – Budapest – Székesfehérvár. Forrás: https://www.gardony.hu/user/browser/File/2015szeptember/1_G%C3%81RDONY%20v%C3%A1ros%20Integr%C3%A1lt%20Telep%C3%BCI%C3%A9sfejleszt%C3%A9si%20Strat%C3%A9gi%C3%A1ja_megalapoz%C3%B3.pdf (Letöltés ideje: 2021.01.15.)
- Horváth, P. Gy. – Markó, B. – Tárkányi, S. – Antal, M. R. – Kósa, B. (2023): A makett, mint szemléltető eszköz. In: Márfa Molnár L. és Pásztory Z. (szerk.): *Az alkalmazott művészet létmódjai és a kreatív ipar kihívásai napjainkban*. Sopron: Soproni Egyetem, Faipari Mérnöki és Kreatívipari Kar, pp. 113–122. https://doi.org/10.35511/978-963-334-453-8.Horvath_P-et-al
- Hübner (2020): Hübner Tervező Kft.: Mórahalom településfejlesztési koncepciója. Forrás: https://www.morahalom.hu/msite/200/morahalom_fejl_koncepcio_2020_elfogadott.pdf (Letöltés ideje: 2021.11.20.)
- ITS (2016): Sopron Megyei Jogú Város Integrált Településfejlesztési Stratégiája. 2014-2020. Forrás: <http://www.sopron.hu/upload/content/59/5951/59510/Sopron ITS 20200227 m%C3%B3d.pdf> (Letöltés ideje: 2020.11.20.)
- IVS (2008): Integrált Városfejlesztési Stratégia Székesfehérvár. Székesfehérvár Megyei Jogú Város. Forrás: https://www.szekesfehervar.hu/upload/editor/2017/onkormanyzat/dokumentumok/koncepcio_konceptiak/ivs_szfvar.pdf (Letöltés ideje: 2020.11.20.)
- Mészáros, B. (2020): Gondolatok műemlékek bemutatásáról. In: Wirth G. – Köbli Á. (szerk.) (2020) *Huncastle II*. Budapest: Edutus Egyetem pp. 29–41.
- Michalkó, G. (2012). *Turizmológia*. Budapest: Akadémiai Kiadó <https://doi.org/10.1556/9789630597173>
- MTI (2019): Új épületekkel bővül a szarvasi Mini Magyarország Makettpark. Forrás: <https://turizmus.com/desztinaciok/uj-elemekkel-bovul-a-szarvasi-mini-magyarorszag-makettpark-1167890> (Letöltés időpontja: 2021.01.23.)
- MTÜ (2017): Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030. Magyarország Kormánya. Forrás: https://www.kormany.hu/download/8/19/31000/mtu_kiadvany_EPUB_297x210mm%20-%20preview.pdf (Letöltés időpontja: 2021.01.30)
- Oroszi, V. GY. – Gonda, T. (2020): Az innováció értelmezése és gyakorlata a turizmusban. *Terrületfejlesztés és innováció*. 10(1), 3–19.
- Pikkemaat, B. – Peters, M. – Schoppitsch, K. (2006): Erfolgsfaktoren von Erlebniswelten. In: Reuber P. – Schnell, P. (szerk.): *Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume: Neue Angebote im Tourismus*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, pp. 159–180.

- Simándi, Sz. – Benkei-Kovács, B. (2018): *Kulturális turizmus. Tudástár a közösségi művelődésben sorozat 12. Kötet.* Budapest: NMI Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft.
- Stalla, R. (2012): *Piccolo Mondo. Zur Verfügbarkeit der Architektur/ Geschichte.* In: Semsroth, K. (szerk.): *Stadt: Gestalten. Eine Festschrift für Klaus Semsroth.* Fakultät für Architektur und Raumplanung. Technische Universität Wien: Springer Verlag pp. 20–25.
https://doi.org/10.1007/978-3-7091-1057-7_3

Interjúk

- Alekszi (2020): Interjú Alekszi Zoltánnal, a Dinnyési Várpark tulajdonosával és üzemeltetőjével. Készítette: Wirth Gábor, 2020.10.10.
- Bukovinszky (2020): Interjú Bukovinszky Bélával, a Mini Magyarország Makettpark üzemeltetőjével. Készítette: Hegedűs Éva, 2020.01.15. Forrás: <https://www.newjsag.hu/2020/01/15/bukovinszky-bela-nagyon-jo-dolog-ha-az-ember-megteheti-amit-szeret/> Letöltés ideje: 2020.11.14.
- Klemann (2020): Interjú Klemann Tímeával, a Mini Magyarország Makettpark sajtóreferensével. Készítette: Wirth Gábor, 2020.11.23.
- Fodor (2021): Interjú Fodor Istvánnal, az Ezer Év Parkja múzeumpedagógusával. Készítette: Wirth Gábor, 2021.08.15.

Szerző

Wirth Gábor

ORCID <https://orcid.org/0009-0002-4424-1175>

PhD (regionális tudományok)

főiskolai tanár

EduTus Egyetem, Turizmus Tanszék

E-mail: wirth.gabor@edutus.hu

A műre a Creative Commons4.0 standard licenc alábbi típusa vonatkozik:

[CC-BY-NC-ND4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Regional Integration in Africa: Progress of Agenda 2063

Siphesihle Nene

Abstract

Regional integration in Africa is a multifaceted process involving economic, political, and social dimensions. The AU, established in 2002, has emerged as a key actor in fostering cooperation among African nations. The development of Agenda 2063 by the African Union serves as a strategic framework aimed at fostering socio-economic development and regional integration throughout the continent, addressing the diverse challenges confronting African countries. However, with the conclusion of the initial phase of Agenda 2063 in 2023, it is evident that many African countries are struggling to achieve the set goals. The attainment of these objectives appears to be beyond the reach of most African countries, with projections indicating that they may only materialize well beyond the target year of 2063. This paper critically examines the progress made by the AU in implementing regional policies during the first decade and assesses the challenges encountered in promoting cohesive regional governance to realize the objectives outlined in Agenda 2063 in Southern Africa.

Keywords *Regional integration, Agenda 2063, Regional policy, African Union*

JEL *R0, R58, R50*

Introduction

Regional integration in Africa represents a multifaceted process aimed at fostering collaboration and coherence in economic, political, and social policies among African nations. This endeavor has historical roots, with post-colonial leaders recognizing the imperative of unity in addressing common challenges and promoting collective development. The evolution from the Organization of African Unity (OAU) to the African Union (AU) in 2002 marked a critical juncture in the continent's commitment to regional integration (Oloruntoba, 2014).

The journey toward regional integration in Africa commenced with the establishment of the OAU in 1963, reflecting a collective aspiration for unity and sovereignty. Over time, the focus shifted from political liberation to economic and social development (Murithi, 2011). The transformation into the AU signaled an intensified commitment to regional collaboration, laying the foundation for comprehensive integration initiatives. The AU serves as an important actor in shaping regional policies, employing various mechanisms to articulate and implement its vision (Tella, 2018). Central to this is the development of comprehensive policy frameworks such as Agenda 2063, providing a long-term vision for the continent. The AU Commission functions as the executive arm, overseeing policy execution, while specialized agencies and bodies contribute to sector-specific policy initiatives (AU, 2024).

In the realm of peace and security, the AU's Peace and Security Council (PSC) plays a crucial role. Through conflict prevention, management, and resolution mechanisms, the AU endeavors to create an environment conducive to regional integration (Murithi, 2011). The AU's commitment extends to economic integration, exemplified by initiatives like the African Continental Free Trade

Area (AfCFTA). AfCFTA seeks to establish a unified market, fostering intra-Africa trade, industrialization, and economic growth (AU, 2020). One of the key objectives of regional integration in Africa is to promote economic growth and development through enhanced trade and investment opportunities. The AU's efforts in this regard include the establishment of regional economic communities (RECs), such as the Economic Community of West African States (ECOWAS) and the Southern African Development Community (SADC), which serve as platforms for promoting economic cooperation and integration within specific geographic regions (African Union Commission, 2019).

Asare-Nuamah (2019) states that despite the AU's overarching vision and initiatives, regional integration in Africa encounters several challenges. An implementation gap persists, with variations in national capacities, political will, and resource constraints hindering the effective execution of continental policies. Security concerns, including persistent conflicts in some regions, pose significant obstacles to the AU's objectives (Ademola, 2022).

Decades later, economic disparities among African nations present another challenge, with differing developmental levels, trade imbalances, and diverse economic structures complicating efforts to establish a seamless economic community. The proliferation of RECs has led to overlapping mandates and competing interests, hindering effective coordination and coherence in regional integration efforts (Magoke & Oke, 2023). Governance issues and concerns about sovereignty also cast a shadow, as inconsistent commitment among member states and reluctance to cede authority hinder the establishment of supranational structures (Mlambo, Thusi & Ndlovu, 2022).

The AU's role in regional policy formation is significant, reflecting Africa's commitment to achieving unity, peace, and sustainable development. However, challenges persist, requiring continuous efforts to overcome barriers to integration. This paper outlines the Agenda 2063 as the main regional policy tool, focusing on the first 10-year implementation plan progress and the challenges that exist for the success of regional integration implementation in Africa particularly in Southern Africa. This paper concludes with recommendations and strategies to improve existing measures so that policies translate into tangible benefits for African countries.

Theoretical Framework

The diverse array of Regional Integration Theories provides insights into the process of regional integration as viewed through different theoretical frameworks. These theories serve a crucial role in comprehending the historical evolution and present condition of integration clusters, while also facilitating predictions regarding their future trajectory. Originally conceived to elucidate integration dynamics in Europe, prominent theories such as Neofunctionalism and Intergovernmentalism have been instrumental in this regard. Nonetheless, the emergence of the New Regional Approach (NRA) signifies a contemporary theoretical development aimed at explaining regional integration in a changing global landscape (Hettne & Söderbaum, 1998).

The New Regional Approach (NRA) for Africa represents a shift in thinking regarding regional integration and cooperation on the African continent. It emphasizes the importance of regionalism and collaboration among African nations to address common challenges and achieve shared goals. The NRA departs from earlier approaches that focused primarily on state-centric models of governance and sovereignty and instead promotes a more inclusive and participatory approach to regional cooperation (Hettne & Söderbaum, 1998).

The NRA recognizes that many of the challenges facing African nations, such as poverty, conflict, and underdevelopment, are inherently regional in nature and cannot be effectively addressed

by individual countries acting alone. Therefore, it advocates for the creation of regional institutions and mechanisms that enable African nations to work together to tackle these challenges collectively. In terms of governance, the NRA emphasizes the importance of good governance principles, such as transparency, accountability, and the rule of law, both at the national and regional levels. By promoting these principles, the NRA seeks to enhance the effectiveness and legitimacy of regional institutions and ensure that they serve the interests of all member states and their citizens (Magoke & Oke, 2023). The NRA also has implications for sovereignty, as it requires African nations to cede some degree of sovereignty to regional institutions in order to participate in regional cooperation initiatives. However, proponents argue that this loss of sovereignty is offset by the benefits of increased regional integration, such as enhanced economic cooperation, improved security, and greater political influence on the global stage (Magoke & Oke, 2023).

In summary, the New Regional Approach for Africa represents a paradigm shift towards greater regional cooperation and integration on the continent. By promoting good governance, sovereignty, and regionalism, the NRA seeks to empower African countries to address common challenges and achieve sustainable development and prosperity.

Methodology

The methodology that was followed for this article was qualitative in nature. The study involved desk-top research. First, the AU was selected as a target region based on a pre-determined criteria. The first 10-year implementation plan of Agenda 2063 started in 2014 and lapsed in 2023. Next, a general search was conducted using various search engines to review literature to identify Agenda 2063 goals and aspirations and to identify progress. Then, an analysis of the legislations and policies was conducted for region and Southern Africa was selected and certain aspirations and goals to identify strengths and weaknesses/shortcomings. The objective of performing this analysis is an effort towards aiding discussions on how to further aid the AU to identify sectors that will help them reach some of the 2063 goals. This is mainly because most African countries won't meet the goals set for 2023, with many only materialising well beyond 2063 because the lack of political will and poor governance hinder progress in the region. Using this approach granted us the opportunity to make suitable recommendations to improve the implementation of some Agenda 2063 goals.

Regional policy framework: Agenda 2063

The AU's regional policy, particularly encapsulated in Agenda 2063, embodies a strategic vision for Africa's socio-economic development and regional integration. At its core, Agenda 2063 aims to achieve a prosperous, peaceful, and united Africa, driven by its citizens and representing a dynamic force in the global arena. The objectives of Agenda 2063 are multifaceted, encompassing economic transformation, social inclusion, environmental sustainability, and good governance. By fostering economic diversification, industrialization, and infrastructure development, Agenda 2063 seeks to unlock Africa's vast potential and create opportunities for sustainable growth and development.

To realize its objectives, the AU employs a range of mechanisms and strategies outlined in Agenda 2063. These include the promotion of intra-African trade and investment through initiatives like the African Continental Free Trade Area (AfCFTA), which aims to create a single market for goods and services across the continent. Additionally, Agenda 2063 emphasizes the importance of enhancing regional infrastructure, connectivity, and digitalization to facilitate trade, mobility, and economic integration. Moreover, Agenda 2063 emphasizes the need for good governance, peace,

and security to create an enabling environment for sustainable development and regional cooperation (AU, 2024).

The impact of Agenda 2063 on regional integration in Africa has been substantial, albeit with both achievements and challenges. On the positive side, Agenda 2063 has provided a common framework and vision for African countries to work towards, fostering a sense of unity and purpose (Ademola, 2022). The establishment of the AfCFTA represents a significant milestone in regional economic integration, with the potential to stimulate trade, investment, and economic growth across the continent. Moreover, Agenda 2063 has spurred initiatives in areas such as infrastructure development, education, and healthcare, contributing to improvements in living standards and social inclusion (Mlambo et al. 2022).

However, challenges remain in the implementation of Agenda 2063 and its impact on regional integration. These include capacity constraints, resource mobilization, and governance deficits, which hinder the effective implementation of regional policies and programs (DeGhetto et al., 2016). Moreover, geopolitical tensions, conflicts, and security threats continue to pose significant obstacles to regional cooperation and integration efforts (Gwala, 2015). Addressing these challenges requires sustained political commitment, institutional strengthening, and greater coordination among African countries and regional organizations.

Results and Discussion

The slogan "The Africa we want" captures the essence of Agenda 2063, representing a collective vision for fostering inclusive growth and sustainable development across the continent. This vision aspires to position Africa as a fully developed and well-integrated region on par with other global counterparts (Soumahoro, Kinkoh, Aikins, & Louw-Vaudran, 2023). It aims to capitalize on and expedite previous implementation efforts and existing continental initiatives aimed at fostering growth and sustainability. Agenda 2063 has seven overarching aspirations, 20 specific goals, and a multitude of associated priorities (AU, 2023).

According to the AUDA-NEPAD, the continent's overall score in meeting its Agenda 2063 aspirations was 51% in 2021 (Fig. 1). Notably, Aspiration 1 exhibited significant deficiency, registering at 37%, with one of its goals, "Capable institutions and transformed leadership in place at all levels," notably lagging at 32%. Remarkable progress toward achieving the outlined Agenda 2063 goals by 2021 has been observed in countries such as Rwanda, Senegal, and Ethiopia (Fig. 2). Conversely, countries like Sudan, Benin, and Mauritania have demonstrated the least progress. Even economically robust nations like South Africa appear to be falling short in meeting Agenda 2063 goals, ranking notably low with a score of 22%. Fig 3 shows the selected region and how Southern Africa is doing overall, and which aspirations need to be focused on.

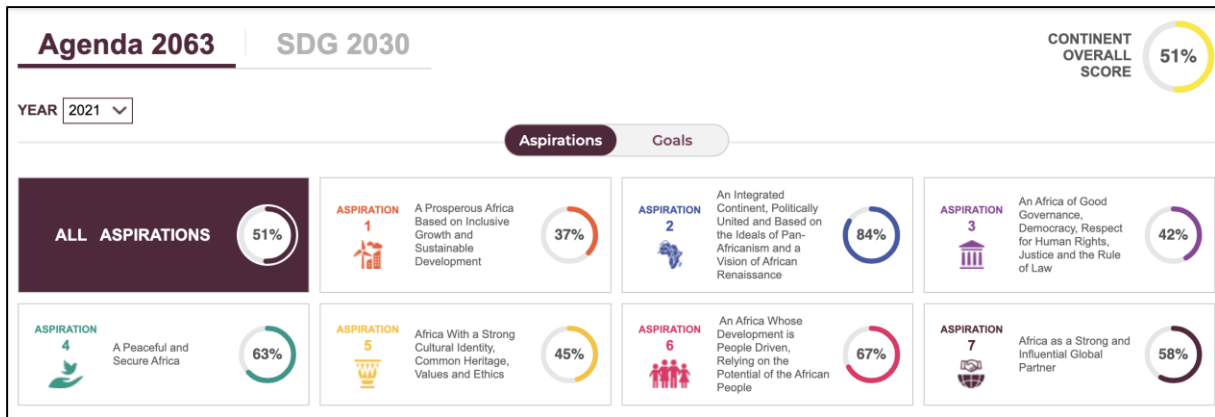


Figure 1. Overall score for all Aspirations for Agenda 2063 in 2021

Source: AUDA-NEPAD, 2024

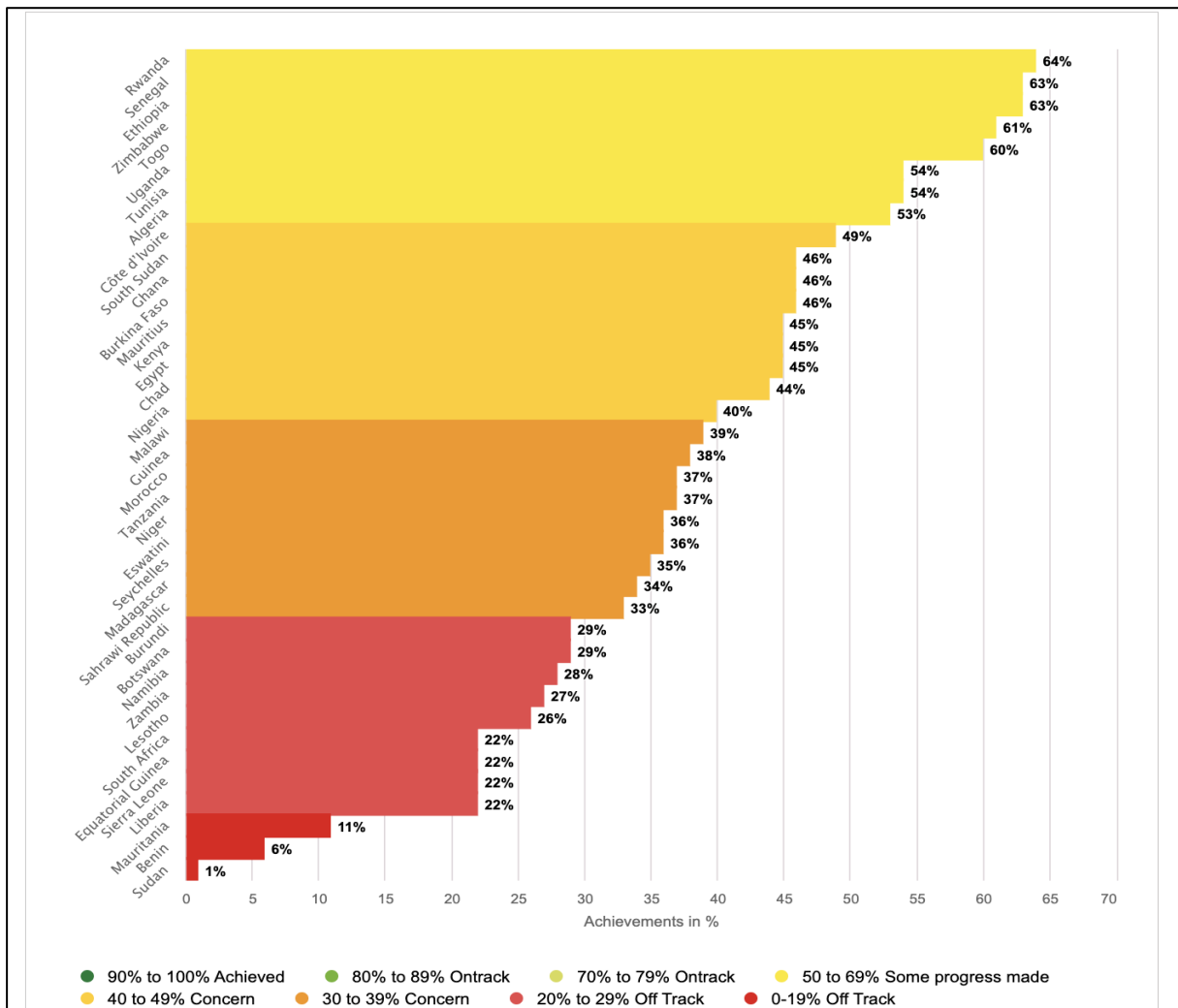


Figure 2. Member states scores for all Aspirations in Africa

Source: based on AUDA-NEPAD 2024

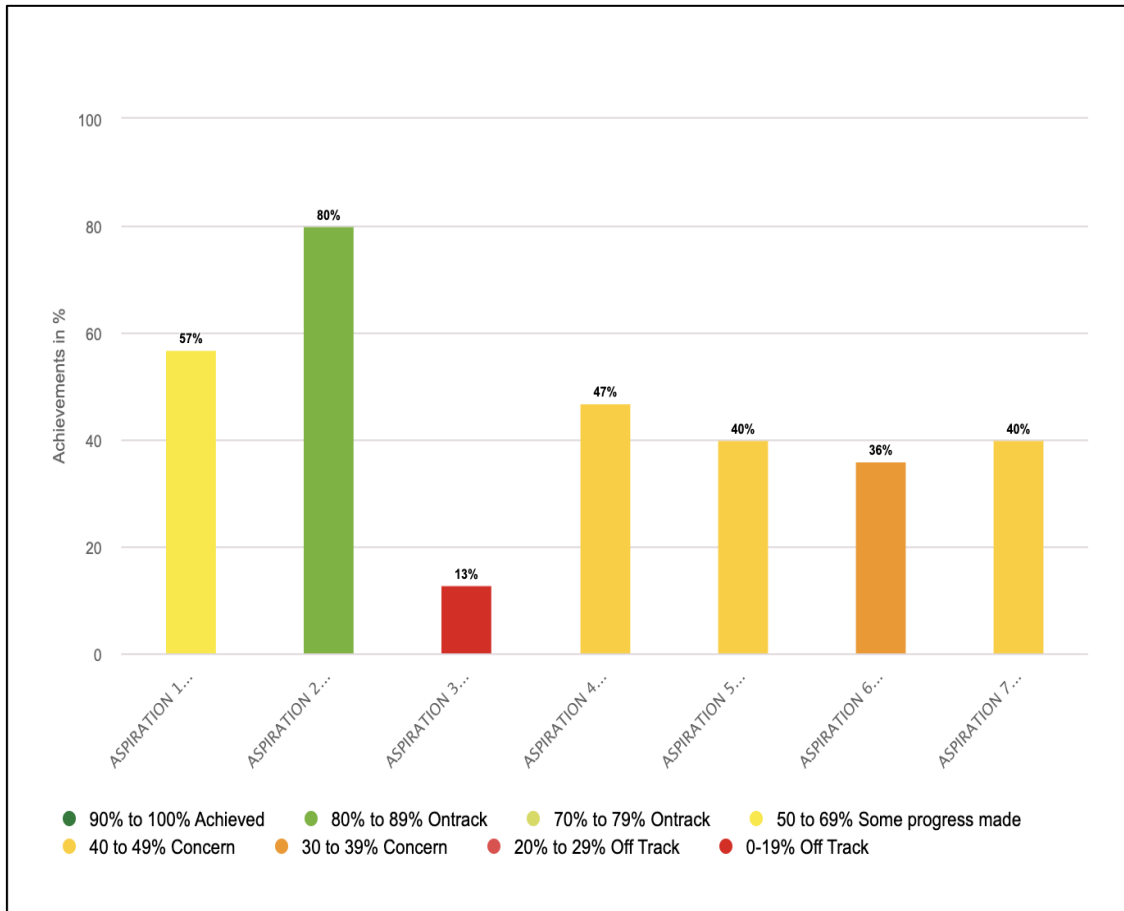


Figure 3. Southern Africa regional overall Aspiration score

Source: based on AUDA-NEPAD 2024

In Southern Africa, the score stands at 57%, notably higher than the continental score of 37% (Fig. 4) for Aspiration 1. Goal 1, focusing on "A High Standard of Living, Quality of Life and Well Being for All," presents the poorest performance, reflecting the prevalent high poverty levels across Africa. Similarly, Goal 4, "Transformed Economies and Job Creation," is underperforming, correlating with poverty alleviation efforts. Within Southern Africa, countries such as Lesotho demonstrate significant underperformance, achieving only 4% of the target for Goal 1 and below 25% for Goals 2, 4, 5, and 7. Conversely, Goal 3, centered on "Healthy and Well-Nourished Citizens," garners the highest achievement across most countries, with Zimbabwe leading in progress at 76% (AUDA-NEPAD, 2024).

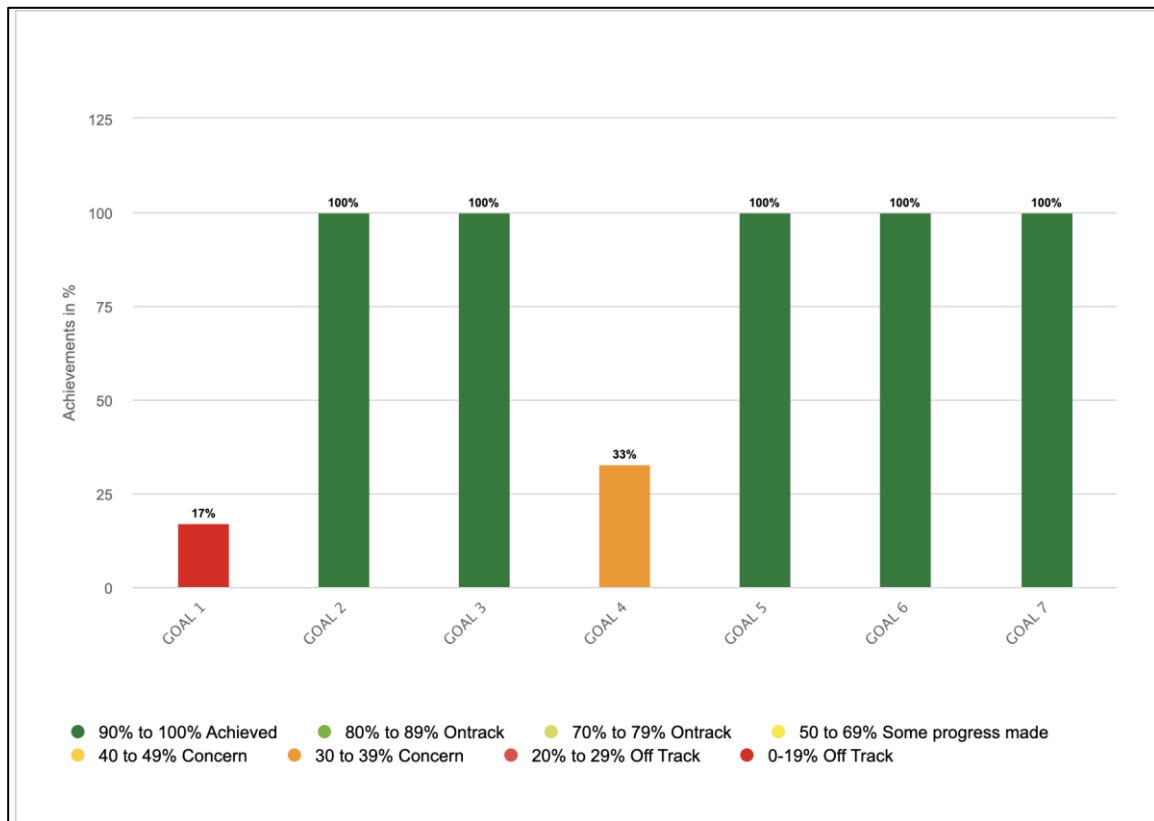


Figure 4. Aspiration 1: Southern Africa performance by goals

Source: based on AUDA-NEPAD 2024

In Southern Africa, the score stands at 87% for Aspiration 2, slightly higher than the continent-wide score of 84% (Fig. 5). West Africa leads the region with a score of 91%, while East Africa scores 63%, North Africa 41%, and Central Africa lags behind at 17%. The most challenging goal to progress in appears to be Goal 9, focused on "Key Continental Financial and Monetary Institutions established and functional." This underscores the significance of implementing the AfCFTA in 2018, aimed at establishing functional financial and monetary institutions across the continent (AUDA-NEPAD, 2024). Such initiatives aim to reduce shallow financial infrastructures, thereby enhancing economic freedom for citizens. Countries like Nigeria and Ghana have made notable strides in establishing these institutions to meet the 2063 target.

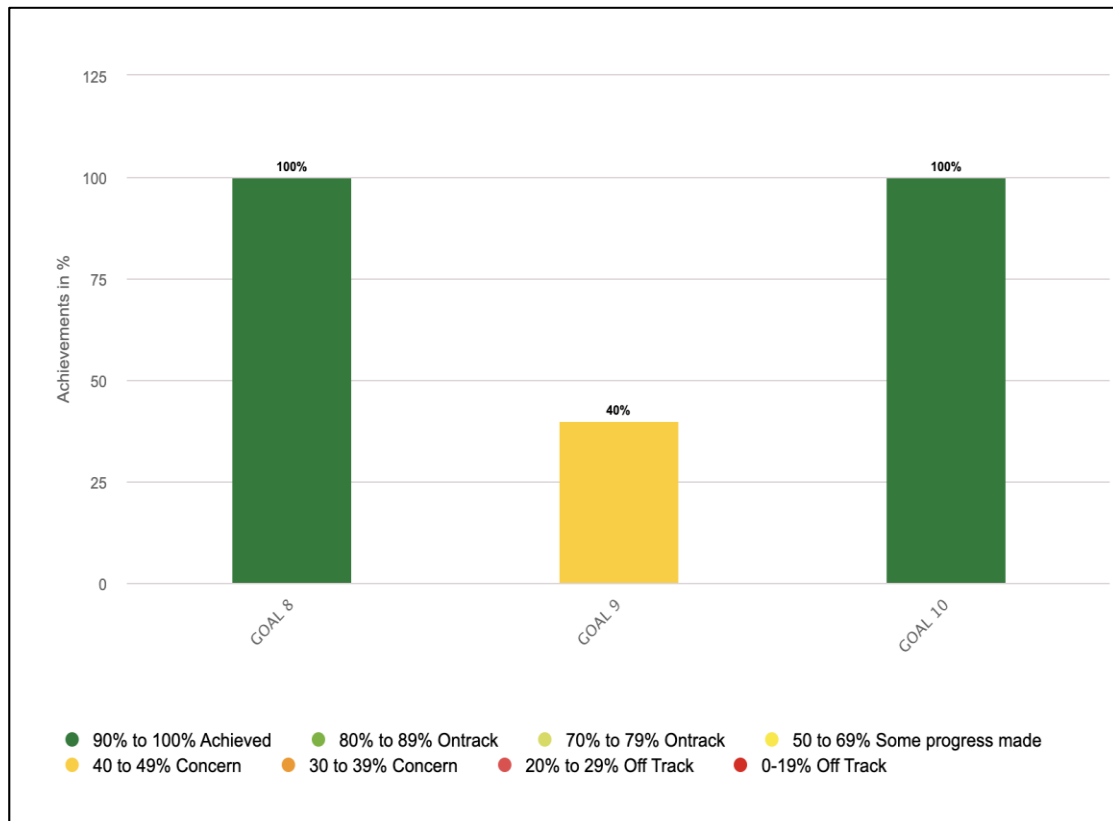


Figure 5. Aspiration 2 for Southern Africa performance by goals

Source: based on AUDA-NEPAD 2024

The Southern African region achieved a score of 13% for Aspiration 3, while the continent's overall score stood at 42%. Within this aspiration, the region made 26% progress in "Democratic values, practices, universal principles of human rights, justice, and the rule of law entrenched." Notably, the entire continent performed poorly in this regard, with West Africa (19%) and North Africa (21%) scoring lower than Southern Africa (AUDA-NEPAD, 2024). Issues such as corruption, lack of transparency, and weak governance structures undermine democratic institutions and diminish public trust in government across these regions. In countries like Congo, ongoing conflict and historical and contemporary foreign interventions further disrupt democratic processes, either by supporting authoritarian regimes or destabilizing democratic governments, thereby impeding progress toward upholding democratic values, practices, and universal principles of human rights, justice, and the rule of law. Regarding Aspiration 4, the Southern African region achieved an overall score of 47%, compared to the continent's score of 63%. However, the region made no progress in Goal 13, "Peace, Security, and Stability are preserved," indicating that it may not reach the 2063 target at the current pace. Surprisingly, all other regions achieved 100% progress in this aspect within the same timeframe (Fig. 6). North Africa (17%) performed worse than Southern Africa in this goal. Additionally, West Africa made no progress in Goal 14, "A Stable and Peaceful Africa" (AUDA-NEPAD, 2024).

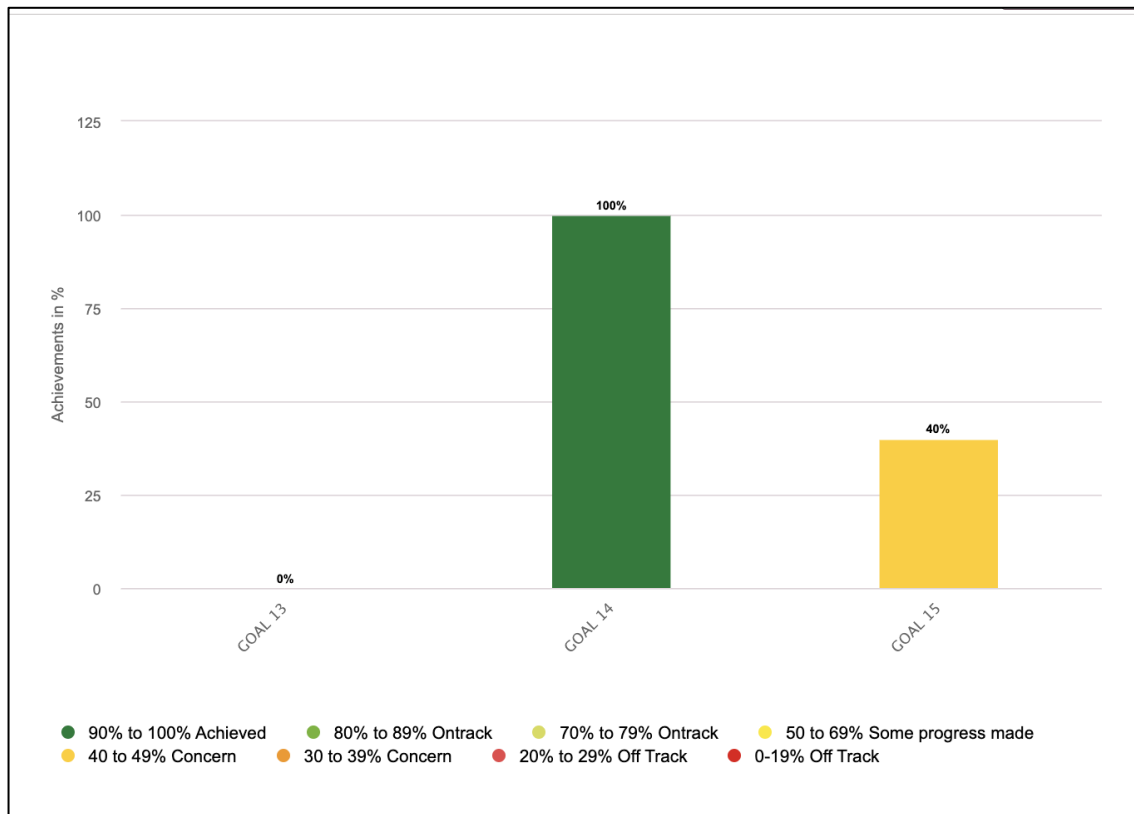


Figure 6. Aspiration 4: Southern Africa performance by goals

Source: based on AUDA-NEPAD 2024

With the exception of Central Africa, all other regions have shown gradual progress towards Aspiration 5, aiming to achieve Goal 16, "African Cultural Renaissance is pre-eminent." Southern Africa ranked third with an overall score of 40%, while the continent scored 45%. West Africa recorded the lowest score after North Africa, with a score of 24%. Notable progress was observed in countries like Zimbabwe, achieving 85% progress, while countries like South Africa and Namibia showed no progress. (AUDA-NEPAD, 2024). In Aspiration 6, Southern Africa attained a score of 36%, compared to the continent's overall score of 67%. Progress was noted only in Goal 17, reaching 54%, focusing on "Full Gender Equality in All Spheres of Life." However, within this goal, women empowerment targets showed minimal progress, standing at only 7%. Goal 18, centered on "Engaged and Empowered Youth and Children," showed no progress during the assessed period. In the final Aspiration 7, Southern Africa achieved a score of 40%, while the continent scored 58%. Progress toward Goal 19, emphasizing Africa's role in global affairs and peaceful co-existence, reached 31% (Fig 7). However, Goal 20, focusing on "Africa takes full responsibility for financing her development," saw only 43% progress. Central Africa scored 35% for this goal, East Africa 40%, North Africa 58%, and West Africa 69%. Nigeria emerged as the only country making significant strides in financing its own development (AUDA-NEPAD, 2024).

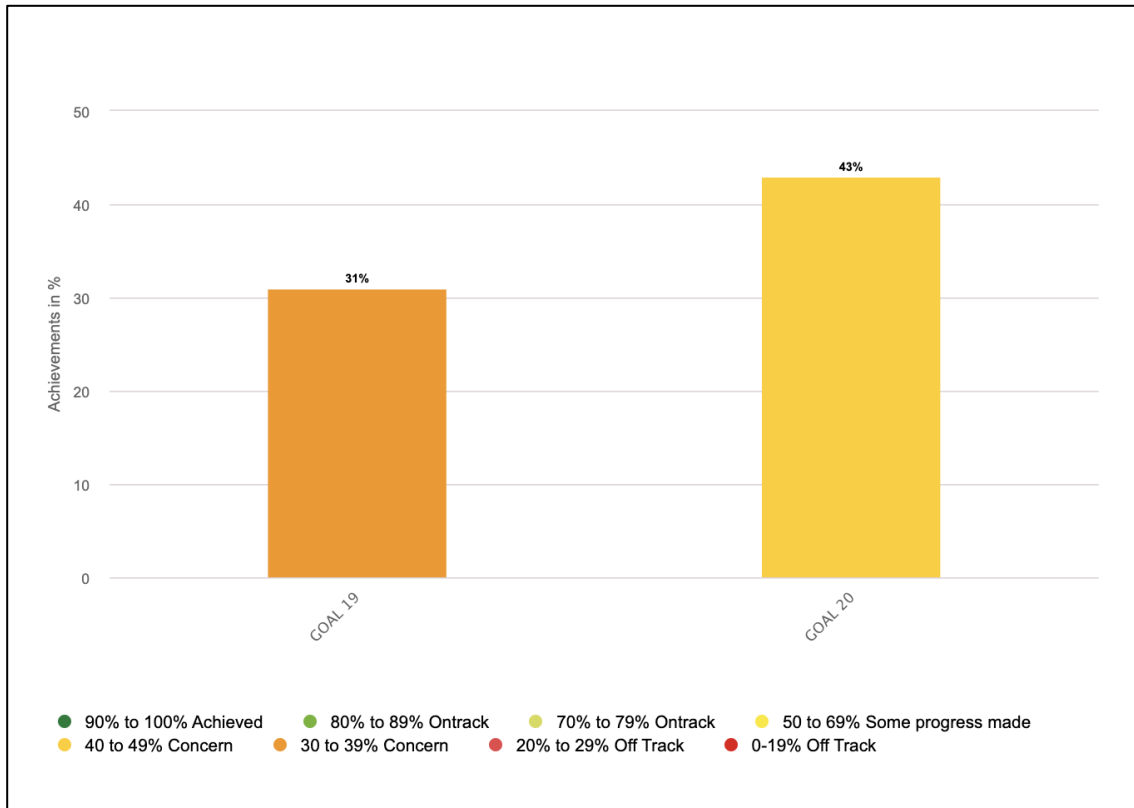


Figure 7. Aspiration 4. Southern Africa performance by goals

Source: based on AUDA-NEPAD 2024

Discussion: Challenges to Agenda 2063

Insufficient progress in Africa's development can primarily be attributed to a combination of factors, notably the absence of political commitment and governance deficiencies across the continent (DeGhetto et al, 2016). The inability of governments to effectively implement their development strategies continues to impede the materialization of Agenda 2063. Additionally, the COVID-19 pandemic and escalating climate challenges have compounded economic challenges. In the Southern African region, the region grapples with high levels of poverty, inequality, and unemployment, which pose significant barriers to achieving these development goals (Ibrahim, 2022; Sule, 2019).

Moreover, the Southern African region lacks the necessary financial, human, and infrastructural resources required to implement projects and programs aimed at achieving Agenda 2063 goals (Ademola, 2022). The data indicates a lack of progress in achieving Goals 12 and 13, which focus on establishing capable institutions and ensuring peace, security, and stability, critical for Agenda 2063 implementation. Consequently, member nations display limited prioritization, engagement, and enthusiasm for Agenda 2063, often lacking institutional frameworks comparable to those for the SDGs, hindering the integration of overarching visions into national strategies (Mlambo, 2022).

This study highlights the progress made by the AU and its member states towards the key objectives of Agenda 2063, albeit at a gradual pace and predominantly in select countries. However, the Southern African region, the focus of this research, appears poised to miss the targets set for 2023. Projections suggest that significant progress may extend well beyond 2063. The failure to meet these milestones should raise concerns among the AU, its member states, and their development partners.

Conclusions and recommendations The fact that 38 out of 55 countries were involved in the AU's Development Agency-New Partnership for Africa's Development progress reports on the first 10-year plan shows that there is no accountability. In the medium term (2024 to 2033), establishing mechanisms for regular policy review and alignment at the national level to ensure that member states are actively working towards Agenda 2063 goals for the second phase and implementing penalties for those that do not comply. This could be annual policy review meetings where member states report on their progress, identify challenges, and strategize on overcoming obstacles.

Recognizing the limited progress in women's empowerment targets, Southern African governments should implement targeted policies and programs to advance gender equality. This may involve increasing access to education and economic opportunities for women, as well as implementing measures to combat gender-based violence. However, in the long term (2024 to 2043), to address the challenges in financing development, Southern African governments should prioritize efforts to enhance domestic resource mobilization and reduce dependency on external funding. This may involve implementing fiscal reforms, promoting private sector investment, and improving governance and transparency in financial management. Furthermore, Southern African governments should prioritize the effective implementation of the AfCFTA to establish functional financial and monetary institutions across the region. This could include harmonizing trade policies, reducing trade barriers, and promoting intra-regional trade to enhance economic integration and foster sustainable economic growth. By prioritizing these actions, Southern African governments can accelerate progress towards establishing functional financial and monetary institutions, ultimately contributing to the achievement of Aspiration 2 of Agenda 2063, and fostering sustainable economic development and prosperity in the region.

Cited Sources Bottom of Form

- Ademola, A. A. (2022). real deal or an unworkable framework? Agenda 2063, SDG Goals and the Challenges of Development in 21st Century Africa. Available at: https://www.un.org/osaa/sites/www.un.org.osaa/files/7_adedeji_ademola_agenda_2063_sdg_goals_an
- Africa Union. (2024). Goals & Priority Areas of Agenda 2063. <https://au.int/agenda2063/goals>
- African Development Bank (2020) 'South Sudan Economic Outlook', Available at: <https://www.afdb.org/en/countries/east-africa/south-sudan/south-sudan-economic-outlook> [Accessed 30 January 2024].
- African Union (2024) African Union Website <https://au.int/> (Accessed January 2024)
- African Union Development Agency (AUDA-NEPAD). (2024). Agenda Dashboard Version 2. Retrieved from <https://nepad.org/agenda-dashboard-v2> [Accessed 30 January 2024].
- Asare-Nuamah, P. (2019). Understanding African Integration from African theoretical perspective. *Ethiopian e-Journal for Research and Innovation Foresight (Ee-JRIF)*, 9(2).
- DeGhetto, K., Gray, J.R. and Kiggundu, M.N. (2016). The African Union's Agenda 2063: Aspirations, challenges, and opportunities for management research. *Africa Journal of Management*, 2(1), pp. 93–116.
- Gray, Jacob. (2016). The African Union's Agenda 2063: Aspirations, Challenges, and Opportunities for Management Research. *Africa Journal of Management*. 2. 93–116. <https://doi.org/10.1080/23322373.2015.1127090>

- Hettne, B & Söderbaum, F (1998) The New Regionalism Approach. Pre-publication manuscript, Politeia, Vol 17, No 3.
- Ibrahim, R. L. (2022). Beyond COP26: can income level moderate fossil fuels, carbon emissions, and human capital for healthy life expectancy in Africa?. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(58), 87568–87582.
- Kozár, L.; Neszmélyi, G. I. (2014). Water Crisis in the Nile-Basin -: Is It Really a Zero Sum Game? *Journal Of American Business Review*, Cambridge (USA) 2 : 2 pp. 91–98. , 8 p.
- Magoke, P. and Öke, M.K., Coordination Between The African Union And Regional Economic Communities Towards Achieving Regional Integration In Africa. *Istanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Dergisi*, 1(1), pp. 1–14.
- Mlambo, V. H., Thusi, X. . And Gift Ndlovu And, S. . (2022) “The African Union’s Agenda 2063 For Africa’s Development: Possibility Or Ruse?”, *Prizren Social Science Journal*, 6(3), pp. 64–74. <https://doi.org/10.32936/pssj.v6i3.358>
- Moyo, D. (2009) *Dead aid: Why Aid Is Not Working and How There Is a Better Way for Africa*. Penguin.
- Neszmélyi, G. I. (2014). A Nílus vízhozamának megosztása – regionális együttműködés vagy konfliktus?. *Tér és Társadalom* 28 : 1 pp. 99–112. , 14 p. (2014) <https://doi.org/10.17649/TET.28.1.2575>
- Ogunnubi, O., & Akinola, A. (2017). South Africa and the Question of Hegemony in Africa. *Journal of Developing Societies*, 33(4), 428–447.
- Oguntuase, O.J., 2021. Africa, 2030 Agenda and Agenda 2063: The Imperative of Transnational Governance. In *Handbook of Research on Institution Development for Sustainable and Inclusive Economic Growth in Africa* (pp. 1–14). IGI Global.
- Royo, M.G., Diep, L., Mulligan, J., Mukanga, P. and Parikh, P., 2022. Linking the UN Sustainable Development Goals and African Agenda 2063: Understanding overlaps and gaps between the global goals and continental priorities for Africa. *World Development Sustainability*, 1, p. 100010.
- Soumahoro, M., Kinkoh, H., Aikins, E.R. and Louw-Vaudran, L., (2023). Tracking Africa's implementation of Agenda 2063 milestones. *ISS Peace and Security Council Report*, 2023(155), pp. 11–14.
- Tella, O. (2018). Agenda 2063 and Its Implications for Africa’s Soft Power. *Journal of Black Studies*, 49(7), pp. 714–730.
- Sule, B., Yahaya, M.A., Ating, R. and Rabi, S. (2019). Globalisation and Consolidation of Dependency and Underdevelopment in Africa. *Journal of Social and Political Sciences*, 2(2).

Author

Siphesihle Nene

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-6732-5596>

PhD Student

Hungarian University of Agriculture and Life Sciences, The Doctoral School of Economic and Regional Sciences

E-mail: nenesphe14@gmail.com

This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).



A megújuló energiaforrások és az online kommunikáció lehetséges kapcsolatainak vizsgálata primer kutatási módszerrel

Fűrész Ágnes, Szeberényi András

Összefoglalás

Az elmúlt években a megújuló energiaforrások szerepe központi kérdéssé vált mind az energiaszektor, mind a közélet körében, ami egyrészt köszönhető geopolitikai-, gazdasági eseményeknek, másrészt a hosszú távú környezetvédelmi célkitűzéseknek. A megújuló energiaforrások térhódítása már a 90-es évek óta zajlik, mégis Magyarországon csak néhány éve került a figyelem és az érdeklődés középpontjába. Ennek hátterében leginkább az energiakrízis következtében egekbe szökő energiaárak állnak, de vannak további tényezők is, például a napjainkban töretlen érdeklődésnek örvendő „zöld mozgalmak”, amelyek éppúgy aktivizálták a társadalmat, mint a rapszodikus energia kiadások. Kutatásunkban azt vizsgáljuk, hogy milyen összefüggésben áll az energiaválság és a megújuló energiaforrások iránti kereslet, továbbá primer kutatás segítségével elemezzük az ebben rejlő online kommunikációs kapcsolódási pontokat, lehetőségeket és kihívásokat. A kutatási kérdőívet összesen 418 fő töltötte ki. Kutatásunknak két célt határoztunk meg, elsőként azt, hogy fény derüljön arra a belső mozgatóerőre, amely hatással van a fogyasztók viszonyára a megújuló energiaforrásokat tekintve, a másik cél pedig annak feltárása, hogy az online kommunikációhoz vezető eszköztárak közül, melyek alkalmazhatóak a lakosság prekonceptióinak és attitűdjének formálására. Az eredmények alapján, a vizsgált minta jelentős része állította, hogy az energiakrízis befolyással volt döntésére, amikor a megújuló energia mellett tette le voksát. A megkérdezettek több mint fele gondolja úgy, hogy az energiaválság következtében nyitottabbá vált a társadalom a megújuló felé, valamint nagy részük azontúl, hogy a közösségi média felületein tájékozódik a témában, figyelemmel is kíséri az alternatív energiaforrásokkal kapcsolatos híreket, aktualitásokat valamilyen online média fogyasztásával, továbbá érdekelné egyéb opció, ami lehetőséget ad az ismeretek bővítésére.

Kulcsszavak: megújuló energiaforrások, online kommunikáció, energiakrízis, fogyasztói attitűd

JEL: D83, Q20, Q29

Examining the possible connections between renewable energy sources and online communication using primary research method

Abstract

In recent years, the role of renewable energy sources has become a central issue both in the energy sector and public life. This shift can be attributed to geopolitical and economic events, as well as long-term environmental goals. The advance of renewable energy sources has been underway since the 1990s, yet in Hungary, it has only come into the focus of attention and interest in the past few years. This surge in interest is primarily due to skyrocketing energy prices resulting from the energy crisis, but other factors also play a role, such as the currently unyielding interest in "green movements," which have activated public life as much as the erratic energy expenditures have. Our research

examines the connection between the energy crisis and the demand for renewable energy sources, as well as analysing the online communication touchpoints, opportunities, and challenges involved, using primary research methods. The research questionnaire was completed by a total of 418 individuals. Our research aimed to identify the internal driving forces affecting consumers' attitudes towards renewable energy sources, and to explore which tools leading to online communication could be used to shape the population's preconceptions and attitudes. According to the results, a significant portion of the sample stated that the energy crisis influenced their decision to opt for renewable energy. More than half of the respondents believe that the energy crisis has made society more open to renewables, and a large part of them, in addition to getting informed about the topic through social media platforms, also follow news and current events related to alternative energy sources through some form of online media consumption. Furthermore, they would be interested in other options that could offer an opportunity to expand their knowledge.

Keywords: renewable energy, online communication, energy crisis, consumer's attitude

JEL: D83, Q20, Q29

Bevezetés

Visszatekintve az energetika történelmére, Magyarországon az energetikai szektor különös utat járt be, hiszen annak ellenére, hogy már az 1970-es években volt precedens energiaválságra, keveset lehetett tudni, vagy éppen hallani az energiáról, az ország energiapolitikájáról, azaz az energiaszektor teljesen ismeretlen terület volt a lakosság körében (Kiss, 2022.). Az energiakrízis hatására azonban korszakváltó átalakuláson esett át a fogyasztói társadalom, mivel az addig jellemző érdektelenséget egyik napról a másikra váltotta fel az érdeklődés, a nyitottság az energetika megismerésére és megértésére vonatkozóan, vagyis megjelent az energiatudatos attitűd (Csáki, 2021). Ez részint köszönhető annak, hogy felnőtt egy, a pénzügyekben, a környezetvédelemben, ezáltal pedig az energiahasználatban is tudatosabb generáció, másrészt azért, hogy az energiaárak jelentős mértékben növekedtek, magasabb értékkel ruházták fel az energiát a lakosok szemében (Káposzta – Nagy, 2022; Durmus Senyapar et al., 2024). Az energiatudatos attitűd erősödése visszavezethető a COVID-nak a fogyasztói magatartásra gyakorolt hatására is (Csutora et al., 2024). Az energiatudatosság és az az iránti igény a mindennapokban is megjelenik, amit különböző, környezeti kihívásokra választ adó projektek terjedelme, annak elemei is visszatükröznek (Csiszárík-Kocsir – Varga, 2023).

A közélet mellett az iparág is felbolydult az energiakrízis következtében végbemenő piaci, technológiai változások és innovációk okán. Egyre nagyobb a felelősség és a teher az energiaszektor vállán, hiszen elsősorban nekik kell szolgáltatni azokat az alternatív megoldásokat, amelyek hosszútávon képesek stabilan biztosítani az energiát a fogyasztók részére úgy, hogy azok megfizethetőek maradhassanak, illetve, hogy teljesülhessenek a fenntarthatóság jegyében meghatározott feltételek. Az ellátásbiztonságon túl, edukációs felelőssége is van az energiaszektor szereplőinek: a tudatos energiahasználat mellett, generációkra vetítve szükséges megteremteniük egy olyan tudatos szemlélet alapjait, amelyhez a megújuló energiával kapcsolatos ismeretek kapcsolhatóak. Ennek felelőssége azonban megoszlik a lakosság és az energiaszolgáltató között, ugyanis az energiatudatos attitűd elsajátítása, és a felelős energiahasználat éppúgy a fogyasztók feladata (Latapí Agudelo et al., 2020).

Az utóbbi évek eseményei hatására, valamint az internet és a digitális tér robbanásszerű elterjedésének köszönhetően, napjainkban számtalan lehetőség kínálkozik a fogyasztók számára, hogy több helyről tájékozódjon és alapvető, érdemi ismereteket szerezzenek a megújuló energiával kapcsolatban (Siphehshle – Nagy, 2021). A lakosság nyitottságát és érdeklődését tovább segíti, hogy a

zöld mozgalmak mellett több magas presztízsű vállalat és állami szervezet is az ügy élére állt (Gergely, 2009), ami jelentőséget és hitelességet ad a megújulóknak, ezzel pedig kézzel fogható értelmet és értéket nyer az energia fogalma. Azzal, hogy az egyik legkényesebb, a társadalom teljes egészét érintő téma napirendre került, az árérzékeny lakosság elindult egy olyan szemlélet felé, amely már nem az ár alapján értékeli a javakat és szolgáltatásokat, hanem a fenntarthatóság és a környezetvédelmi szempontokat mérlegeli. Ám még hosszú évek szükségesek ahhoz, míg felülíródik az eddigi téves és rossz berögződés, mi szerint, ami rendelkezésre áll, az olcsó, tehát nem olyan értékes (Reketye, 2018). Mi lehetne értékesebb, mint az energia, ami a modern világunk alapköveit jelenti a 21. században, és ami nélkül egy szempillantás alatt gazdaságok, mi több, társadalmak omolhatnak össze? Az energia kétségkívül a gazdasági-társadalmi fejlődés motorja, minden termelés, fogyasztási tevékenység, sőt, az innováció bölcsője maga az energia (Wani – Mir, 2015).

Az energiatudatosság, mint attitűd pedig esszenciális kérdés a jövő generációját tekintve, hiszen az idő mellett, versenyt futunk az erőforrásokért is mind az energiahordozók, mind a fenntartható termelés, működés és ellátásbiztonság kapcsán. A zöld átmenet a küszöbön áll, számtalan kihívással szembesítve az energiaipar szereplőit a teljesség igénye nélkül a termelői kapacitás, az energiamix, a rendszerirányítás fájó pontjaival (Czvikovszky et al, 2019; Kucséber, 2022). Érdemlegesen megemlítendő, hogy kialakult egy aktív párbeszéd a fogyasztók és az energiaszolgáltatók között, megtört az évtizedes csend és közöny, amely eddig jellemző volt az érintett felekre. Egyre több helyről lehet értesülni a klímaválság, a karbonsemlegesség kihívásairól és nehézségeiről (Pál, 2021), ami további publicitás elérését teszi lehetővé a megújuló energiát illetően. A magyar lakosság mondhatni sajátos jellemzője, hogy mindaddig, amíg nem „szorít a cipő”, vagyis nem éri valamilyen külső negatív tényező, el sem gondolkozik a változtatás szükségességén.

Érdekes látni azt a tanulságot, amit a válságok közötti párhuzam felfedezésekor tehetünk, ugyanis az emberek pénzügyi tudatosságának változásához és formálódásához egy gazdasági világválság bekövetkezése kellett. Ahhoz, hogy úgymond felnőtté váljanak a témában, felelősségteljesebben bánjanak anyagi javaikkal, sőt, felértékelődjön maga a megtakarítás fogalma saját bőrükön kellett megtapasztalniuk felelőtlen pénzügyi döntéseik eredményét. Ugyanez az esemény tetten érhető a 2022-es energiaválságot követően: a fogyasztók érdektelensége egyik napról a másikra már-már túlzó érdeklődésbe csapott át (Bozsik et al., 2023). A pénzügyi és az energiatudatosságnak korábban csírája sem alakult ki, hiszen a felmenő generációk számára nem volt különösebben fontos ezekkel a kérdésekkel foglalkozni, így egyik szemlélet sem jöhetett létre. Habár voltak törekvések az energiaszolgáltatók részéről kezdetleges edukációs aktivitások formájában, ezek viszonylag hamar el is haltak. Az igazán ütős szemléletformálási kampányok hosszú ideig vártak magukra, és egy olyan társadalomra, amely befogadó és nyitott az érintett felek közötti megújuló energiával és az energiatudatos gondolkodást elősegítő kommunikációra. A generációk közötti különbségek számos területen megfigyelhetők, nincs ez másképp a megújuló energiaforrásokkal szemben sem. Hazánkban hat generáció éli életét, így nem meglepő, hogy eltérő és speciális döntési mechanizmusok, tényezők, módok, stílusok, illetve a médiafogyasztásban is differens szokások jelentkeznek ezeknél az embercsoportoknál (Törőcsik, 2016). Míg a Z generáció szinte folyamatosan online van, a digitális térből tájékozódik és gyűjt információkat (Rimóczi – Kozik, 2023), addig a korábbi generációk inkább személyes kapcsolataik révén szereznek ismereteket (Horváth – Bauer, 2016), például a megújuló energiaforrások felhasználási módszereiről, kapcsolódó pályázatokról vagy az energiáról általánosságban véve.

Noha hazánkban az energiatudatosság még gyerekcipőben jár, reménykedésre ad okot a megújuló energia térnyerése és szárnyaló népszerűsége, valamint a háttérben húzódó motiváció, ami a pénzügyi döntéseken túlmenően, energiatudatos és környezetbarát attitűdök megjelenésére szintén

bizonyítékul szolgál. Mindamellet fontos kiemelni, hogy a társadalom bizonyos rétegei lehetőségeikhez mérten gyermekeiket energiatudatos szemlélet szerint nevelik, ezzel lehetőséget teremtve arra, hogy egy energiatudatos, az energia területén járatos és magabiztosan eligazodó generáció nőjön fel (Pólya – Máté, 2021).

Az internet térhódításával, továbbá annak rohamos fejlődésével (web 2.0.) a vállalatoknak egy szerfelett komplex és versengő üzleti, valamint kommunikációs környezetben kell felvenniük az iramot az online tér nyújtotta gyors információáramlással. Nem könnyű helyt állni és célba juttatni az üzeneteiket ekkora kommunikációs és reklámzajban, főleg úgy, hogy még a fogyasztók is bekapcsolódhatnak tartalomkészítőként a közösségi média véráramába, ami sok esetben tovább növeli a megújuló energiával kapcsolatos tévhiteket és a valóságtól eltérő információkat. Tekintettel arra, hogy a „megújuló energia” alapvetően egy nehezebben emészthető téma, a lakosság érezhetően csekély része rezonál a globális szintű környezetvédelmi problémákkal, amelyeket a túlzó energiafogyasztás és igény gerjeszt.

Habár az energiaválságot követően az energetikai vállalatok felismerték társadalmi felelősségüket az ügyben, továbbra is főleg üzleti célok és gazdasági érdekek mentén tervezik kampányaikat a megújuló energiaforrások esetében. Az energiatudatosság növelése nemzeteken átívelő célkitűzés, a lakosság energiarendszerben betöltött szerepe sokkal több mint egy befektető, egy vásárló vagy termelő (prosumer), aki beruház és telepít egy megújuló energiaforrás alapú rendszert. A kommunikáció talán sosem volt nagyobb jelentőségű a megújuló energiaforrások tekintetében, mint most napjainkban, amikor a fogyasztókat egyrészt nem érdekli az energiaipar működése, másrészt ellenséget látnak az energiapiaci szereplőkben, akik kizárólag csak a nyereségre hajtanak. Az első és legfontosabb lépés az lenne, hogy a lakosság belátja saját felelőségét az energiapazarlásban, és aktív szereplővé válik proaktív részvételével a pazarlás minimalizálásában, ezzel hozzájárulva a karbonsemlegesség csökkentéséhez. Már azzal is rendkívüli eredményeket érhetnének el, ha pusztán energiatudatosabb magatartásra törekszenek. Annak ellenére, hogy egy szűk réteg energiával kapcsolatos szemlélete némiképp megváltozott – főleg a belső motivációik révén –, és a megújuló energia elfogadása egyre növekvő tendenciát mutat, az elégtelen, illetve felületes tudatosság további kihívások elé állítja a kommunikációs szakmát. A lakosság megújuló energiával, valamint általánosan az energiával, mint fogalommal kapcsolatos attitűdjeinek javítására, formálására, az elfogadást befolyásoló tényezők és aggodalmak feltárása épp oly szükséges, mint belátni szakmai és vállalati oldalról, hogy igenis kritikus feladat az edukáció az energiatudatosságot tekintve (Lucas et al., 2021). Eddig a fogyasztók, mint fizetőképes kereslet voltak a „képlet” részei, azonban a jelenlegi globális környezeti kihívások, amikkel együtt nézünk szembe az energiaszolgáltatókkal, megkívánják, hogy aktív résztvevői legyenek a klímaválság kezelésében.

Az online kommunikáció egyik legfontosabb funkciója az edukáció mellett az, hogy feltérképezze a megújuló energiát övező közvélekedést és lakossági attitűdöt ahhoz, hogy a későbbiek során a társadalmi elfogadás égisze alatt életre hívott meghatározások, úgymint tudatosság, támogatás, részvétel és elkötelezettség értelmet nyerjen. Mindazonáltal az online kommunikáció feladatköréhez tartozik, hogy elérje azt, hogy a fogyasztók meg akarják ismerni az energetikát, az energiapiac működését, sőt, új aspektusban lássák a közmű és az energia fogalmát (Aldabas et al., 2015).

Anyag és Módszer

A tanulmány célkitűzése a megújuló energia és az online kommunikáció közötti kapcsolódási pontok, összefüggések feltérképezése, továbbá azon kommunikációs eszközök feltárása, amelyek kapcsolódnak a megújuló energiaforrások edukációjához, az energiatudatos attitűd kialakításához, illetve formálásához. A kvantitatív vizsgálat célcsoportját elsősorban az alternatív energiát használó fogyasztókra, a még csak érdeklődőkre, valamint a megújuló energiaforrások felé nyitott magánszemélyekre szűkítettük. A felmérésben résztvevők körében hangsúlyos volt az ismereteik, tapasztalataik és véleményeik felmérése, ezenfelül online média fogyasztási szokásaik és érdeklődési körük megismerése. A kutatásba a Magyarországon élő háztartási méretű kiserőművek (HMKE) tulajdonosait, és a megújuló energiaforrások iránt érdeklődő magánszemélyeket vontuk be, feltételezve azt, hogy a szolgáltatóválasztásban a fogyasztói döntés egyik befolyásoló tényezőjeként jelenik meg a közösségi média, ezen belül is a Facebook kifejezetten megújuló energiaforrásokkal foglalkozó egyes csoportjai, a szűkebb ismeretségi körök, illetve az online kommunikációs eszközök széles tára, úgymint social média hirdetések. A kérdőívet releváns szakmai -, és megújuló energiával foglalkozó, érdeklődő, valamint alternatív energiaforrással már rendelkező laikus csoportokban osztottuk meg közösségi média felületeken, ezen kívül olyan magánszemélyek is részt vettek a felmérésben, akik az energetikai szektorban dolgoznak. A vizsgálat online, kérdőíves megkérdezésre dikált felületen zajlott.

A primer kutatás során kérdőíves felmérési módszer keretében vizsgáltuk (1) a megújuló energiaforrások köztudatban elfoglalt helyzetét, (2) a lakosság megújulókhöz való viszonyulását, tapasztalatait és ismeretét, továbbá megismertük (3) a megújuló energiával kapcsolatos, a fogyasztói magatartás részét képező döntési folyamat belső indítékait, az ismeretszerzési módokat és forrásokat, ezenfelül feltártuk az egyéni döntési tényezőket is, amelyek együttesen vezetnek a megújuló energiaforrások térhódításához. Az alkalmazott kérdőív azt is lehetővé tette, hogy felmérjük (4) az online kommunikáció támogató és befolyásoló szerepét a megújuló energiaforrások tekintetében, különös tekintettel az egyének online médiafogyasztási szokásaira (kiemelve a közösségi média használatot, a preferált kommunikációs csatornákat és eszközöket), amik a jövőben alkalmazhatóak lehetnek akár edukációs célokra is. A kérdések összeállításakor négy panelt határoztunk meg, ami azáltal, hogy különböző témákat érintett, alkalmat teremtett a minél szélesebb körű és részletesebb információk gyűjtésére a vizsgált témában.

Az első szekcióban a megújuló energiaforrásokkal kapcsolatos ismeretek kerültek feltérképezésre, így ez a szakasz alapvetően a kutatásban résztvevők tudását hivatott felmérni. A második részben olyan konkrét kérdések kerültek megfogalmazásra, amelyek a megújuló energiaforrásokkal szembeni attitűdöt és a megújuló energia iránti érdeklődést vizsgálta. A harmadik panel a megújuló energiát már használó személyek tapasztalataira, a döntésüket befolyásoló tényezőkre és események felkutatására irányult. A negyedik blokkban az online kommunikáció szerepét, továbbá az egyének online médiafogyasztással kapcsolatos preferenciáit vizsgáltuk, annak megismerésére, hogy milyen további lehetőségek rejlenek a digitális térben, amelyek később kiaknázhatóak lehetnek a fogyasztók bevonására az energiatudatosság elsajátításában, valamint a megújuló energiaforrások iránti befogadás mélyítése érdekében.

A kérdőív összesen 43 kérdést tartalmazott az előzőekben említett kategóriákban, de jelen kutatásban a használt kérdőív eredményeinek csak egy része kerül bemutatásra. Az adatgyűjtés során online kérdőív formájában kérdeztük meg a résztvevőket, ez egyrészt költséghatékonyra, másrészt könnyebbé és gyorsabbá tette a beérkező adatok feldolgozását. Az adatgyűjtés 2023. október elejétől egészen november végéig zajlott, ez idő alatt pedig összesen 418 fő töltötte ki a kérdőívet. Bár

a kitöltések elemszáma elegendő releváns következtetések megállapításához, kutatásunkat nem tekintjük reprezentatívnak. Az adatokat egyébiránt elektronikus úton rögzítettük a Surveyplanet felületén, ahol a kapott válaszokat elemeztük és feldolgoztuk.

A kutatásban öt vizsgálandó kérdést határoztunk meg:

Hogyan viszonyul a lakosság a megújuló energiához, mint alternatív energiaforráshoz?

Milyen ismeretekkel rendelkeznek a fogyasztók a megújulókkal kapcsolatban?

Milyen szempontrendszer alapján mérlegelik a megújuló energiára történő váltást?

Hogyan és milyen módon tájékozódnak a megújuló energiát illetően?

Hogyan támogatja az online kommunikáció a társadalom elfogadását, megértését a megújuló energiaforrások iránt, mint alternatív, környezetkímélő energiaforrásra?

Eredmények

Ahhoz, hogy mélyebben megismerjük a fogyasztók megújuló energiával kapcsolatos attitűdjét, ismereteit, illetve a digitális térben történő aktivitásait, érdeklődési köreit és szokásait, magát a kutatást négy kiemelt területre bontottuk:

1. A megújuló energiaforrásokkal kapcsolatos ismeretek feltérképezése,

A megújuló energiaforrásokkal szembeni attitűd vizsgálata,

Megújuló energiaforrásokhoz kötődő tapasztalatok, döntést befolyásoló tényezők,

Online kommunikáció szerepe a megújuló energiaforrások tekintetében.

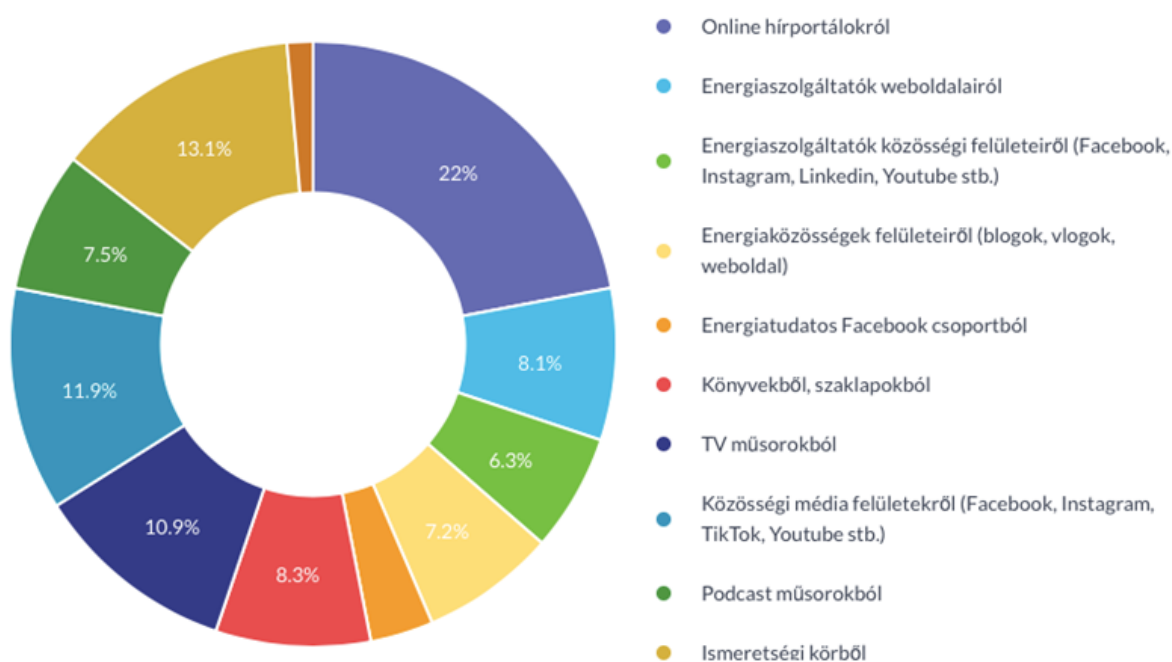
Az utóbbi években offline és online térben egyaránt hangsúlyos témának bizonyult a megújuló energia, amit sokszor parázs viták öveztek az iparági és a laikus magánemberek körében. Az alternatív energiaforrások körül kialakult élénk párbeszéd jelentős mértékben hozzájárult ahhoz, hogy a magyar társadalom rétegei számára elérhetővé váljanak az ezzel kapcsolatos információk. A kutatás eredményei egyúttal reflektálnak arra a megállapított tényre is, hogy az általunk megkérdezett személyek viszonylag széles része ismeri az alternatív erőforrások valamely típusát. A legtöbben a napenergiáról hallottak (18,3%), amelyet szorosán követ a szélenergia (17,7%), a képzeletbeli dobogó harmadik helyén a vízenergia áll (16,5%). Érdekes eredménynek tekinthető, hogy a megkérdezettek 9,5%-a ismeri az összes megújuló energiaforrást.

Az offline médiumok mellett, az online kommunikáció kiemelkedő szerepét és funkcióját alátámasztja az a tény, hogy a válaszadók 19,4%-a a közösségi médiában hallott a megújuló energiaforrásokról, 8,3% pedig online hirdetés formájában találkozott ezzel a témával. Nem szabad elfeledkeznünk az egyének hagyományos ismeretszerzési módjairól sem, hiszen magas hányaduk még mindig a saját kapcsolati hálójukban található forrásokból tájékozódik (24,5%). Az internet elterjedése mellett továbbra is közkedvelt médiumnak számít a TV műsor, ahonnan 23%-uk szerez információt a megújulókról, míg 19,4% a közösségi médiában teszi ugyanezt. A nagymúltú ATL (óriásplakát) semmiképpen sem tekinthető elhanyagolható kommunikációs eszköznek, ugyanis a válaszadók 5,3%-a jelölte meg ezt a válaszlehetőséget, mint olyan felületet, ahol megújuló energiaforrással kapcsolatos üzenet éri el.

Görbe tükörként tárul fel a kutatás azon szekciója, amely a fogyasztók megújulókkal kapcsolatos tájékozottságát taglalja, ugyanis a megkérdezettek 56,7%-a véli úgy, hogy a magyar társadalom jelentős része csak felszínes ismeretekkel rendelkezik a témában, viszont 39,5%-uk szerint az internet térnyerésével azok az emberek, akik környezettudatosan szeretnének élni, megtalálják a szükséges információforrásokat. A médiumok révén mindösszesen 3,8% gondolja azt, hogy széles körű ismereteket lehet gyűjteni a megújuló energiaforrásokról. A kommunikációs szakemberek számára rendkívül értékes vélemény ez, hiszen azt a szűk réteget, aki nyitott a megújuló energia iránt, az online

kommunikáció megfelelően kiválasztott eszközével nemcsak el lehet érni, de érintetté is lehet tenni az edukációban. Ezenkívül kommunikációs szempontból kiemelendő tény, hogy a környezettudatosság témájában az internetet olyan forrásnak látják, ahonnan hiteles, a témakörrel összefüggésben álló információk szerezhetőek be. A kérdőív azon panelje, ami a megújuló energiával kapcsolatos tájékoztató forrásokat elemzi, hasonlóan értékes és konstruktív válaszokat tartalmaz a marketing szakértőknek.

Az 1. ábra eredményei alapján jól látható, hogy a kérdőív kitöltésében aktívan résztvevők az online hírportálokról (22%), általánosságban a közösségi médiából (11,9%), az energiaszolgáltatók weboldaláról (8,1%), illetve továbbra is az online felületekkel szemben, az ismeretségi körből (13,1%) szereznek jelentősebb mértékben információkat.



1. ábra: A válaszadók megoszlása aszerint, hogy honnan tájékoznak a megújuló energiaforrásokról

Forrás: Saját készítésű ábra primer kutatás alapján, 2024, n=418

Az energiaszolgáltatók közösségi média felületei (6,3%) szintén a meghatározónak mondhatóak, bár ezt a fajta információforrást megelőzik a könyvek, szaklapok (8,3%) és a megújulóval kapcsolatba hozható energiaközösségek felületei, mint például blogok, vlogok, weboldalak (7,2%), amelyek kiemelkedő tájékoztatói lehetőséget adnak. Érdekesnek tekinthető, hogy a podcast is megjelenik 7,5%-os arányban, amely nemcsak modernebb, de értékes online kommunikációs eszköznek is tekinthető. A podcastek létjogosultsága még inkább rendkívülivé válna, ha valamelyik energiaszolgáltató létrehozna olyan podcast csatornát, amelynek rendszeres és fő témája az energetika vagy megújuló energia lenne, mivel ezen kutatás is rávilágít arra, hogy a megkérdezettek több mint 7%-a hallgat rendszeresen podcast műsorokat. A gondolatot szintén alátámasztja az a tény, hogy a megkérdezettek 21,7%-a követ bizonyos szolgáltatókat a social médiában, illetve figyelemmel kíséri a weboldalukat. A podcast mellett a TV műsor is megjelenik, mint releváns információforrás (10,9%), ami a lakosságot érintő edukáció szempontjából további kiaknázható médiumként kategorizálható.

Bár a válaszok sokrétűek, megfontolandó az online kommunikáció tervezésekor és a stratégia meghatározásakor a differenciált kommunikációban való gondolkodás. Egyrészt, a közösségi média felületek kiválóan alkalmasak egy kétoldalú, aktív párbeszéd kialakítására az adott célcsoporttal, illetve tömegkommunikációs hirdetésre is, továbbá a nagyobb követőbázissal rendelkező vállalatok szélesebb körben képesek bevonni a követőtáborukat az edukációs tartalmak révén. Abban az esetben, ha differenciáljuk bizonyos marketing eszközeinket – például podcastek és a weboldalak alkalmazásával –, akkor ezzel lehetővé válik, hogy elérjünk egy olyan szűk, ám környezettudatos réteget, akiket más felületeken nem tudnánk megszólítani, hiszen a nagy átlagtól eltérő médiafogyasztási szokásokkal rendelkeznek.

A felmérés eredményei alapján megállapítható, hogy azok a magánszemélyek, akik már rendelkeznek valamelyik megújuló energiaforrással, a döntésüket megalapozó és elősegítő információkat főleg online szerezték be (51%), viszont 45,4%-uk továbbra is az ismeretségi kört választotta, mint megbízható és hiteles forrást. Az online felületek közül a fórumok, szakértői portálok és weboldalak (24,5%) felkeresése jellemző, a közösségi médiát (8,3%), ezen belül a megújuló energiával foglalkozó Facebook csoportokat 6,3% választja, az energiaszolgáltatók weboldalait pedig 7,8% látogatja meg, ha tájékozódni szeretne az aktualitásokról. A válaszadók kisebb részében (5,2%) felmerült a külföldi weboldalak megkeresése, amennyiben információszerzésről van szó.

Az energiaválság és annak hatásai – például a radikálisan és rohamosan növekvő árak – számtalan fogyasztó mindennapjait forgatták fel, ezért fontosnak tartjuk, hogy a kutatás alkalmával kitérjünk arra, hogy a résztvevők hogyan látják az energiakrízis, mint külső esemény hatásait a megújuló iránti érdeklődésre, nyitottságra. A válaszadók jelentős része úgy vélekedik, hogy a fogyasztók „nyitottabbá váltak” a megújuló energiaforrásokra, sőt, 18,7%-uk szerint a bekövetkezett válság csak növelte az érdeklődésüket a téma iránt. 4,8%-a látja úgy, hogy e nélkül is beruháztak volna valamilyen megújuló energia alapú rendszerre, így nem volt befolyásoló ereje az energiakrízisnek. Habár az elmúlt években rendkívüli ütemben megnövekedett a zöld mozgalmak, és az ebben aktív szerepet vállaló aktivisták száma, mégsem mozdított meg széles réteget a környezetvédelem fokozódó jelentősége. A válaszadók 70,7%-a nyilatkozott úgy, hogy döntését befolyásolták az egyre növekvő energiaárak és kiadások, míg 24,4%-ra nem volt semmilyen hatással. Emiatt arra lehet következtetni, hogy mindaddig, amíg egy külső hatás lépésre nem kényszeríti a fogyasztót, nem változtat addigi szokásain és életvitelén, akkor sem, ha megszokott kényelmi szintje káros hatással van a környezetre. Mindaddig, amíg ez a színvonal részéről anyagilag fenntartható, nem fog változtatni, érdeklődést sem tanúsít sem a környezetvédelem, sem a megújuló energiaforrások iránt. Mivel ez a réteg nehezen aktivizálható, az edukáció során vastagabb falakba ütköznek a marketingkommunikációs szakemberek, hiszen a tapasztalt negativitás és érdektelenség áttörhetetlennek bizonyul. Az olyan belső motivátorok, vagy indítatások, mint amilyen a rezsiköltségek csökkentése, megtakarítások elérése, nem újdonság, ha a belső mozgatórugókat vizsgáljuk (Törőcsik et al., 2014). A lakosság egy meghatározó része árérzékenynek mondható, esetükben igencsak fájó pontként jelentkezett az energiafogyasztásuk drasztikus emelkedése, így az olyan hívószavak, mint a megtakarítási tippek, vagy energiafogyasztási praktikák, viszonylag könnyen elindíthatják ezt a fogyasztói csoportot az energiatudatosság útján. A kulcs abban rejlik, hogy megtaláljuk a módját annak, hogy érdekeltté tegyük őket az energiatudatos attitűd elsajátításában, amelyhez első lépésként fogékonnyá, befogadóvá kell válniuk a megújuló energia témáját illetően. A kutatási eredmények kendőzetlenül elének tárják a tény, miszerint a fogyasztók jelentős része kizárólag valamilyen külső erő hatására változtat (például az energiaválság), vagy válik nyitottá.

Erre kiváló példa az Európai Unió, illetve az állami pályázatok, amelyek a korszerűsítésre és megújuló energia telepítésére írnak ki. Ezen pályázatok finanszírozási kerete a legtöbb esetben pár

nap alatt kimerül. A marketingszakemberek egyik legnagyobb kihívása, hogy megtalálják azt az online kommunikációs eszközt, amely segítségével a saját edukációs módszereikbe bevonhatóvá válnak a fogyasztók. Érdeemes figyelemmel kísérni ezt a jelenlegi trendet, amelyet az energiaválság generált, mivel sok érdektelen évtized után egy újszerű jelenséget tapasztalhatunk meg, mégpedig azt, hogy a lakosság kezd nyitottabbá válni a megújuló energiaforrások, a klímavédelem és a környezettudatossági témák iránt.

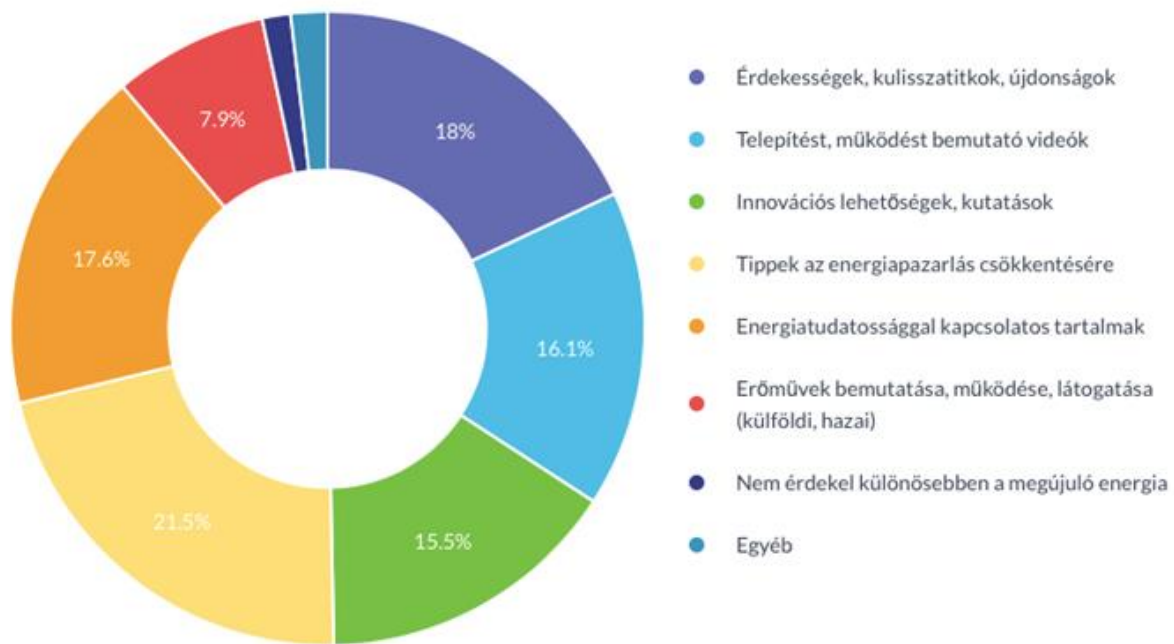
Az energiakrízis és az energiaárak lakosságra gyakorolt hatását követően, külön témakörként határoztuk meg az online médiafogyasztási szokások feltérképezését. A kapott eredmények kétségtelesen rávilágítanak arra, hogy napjainkban megkerülhetlenné váltak a közösségi média platformok, sőt alapkövetelmény egy vállalat életében legalább egy közösségi média profil megléte. Számtalan tanulmány és kutatás vizsgálta már, hogy milyen szintű függőséget okoznak ezek a felületek, ezért nem meglepő, hogy a felmérés során a social médiára vonatkozó opciókat jelentős mennyiségű kitöltő jelölte meg. Első lépésként felmértük, hogy a válaszadók milyen felületeken (offline és online egyaránt) tájékozódnak a világban zajló eseményekről. 25,3% jellemzően internetes hírportálokról informálódik az aktualitásokról, 18,3% olvassa a közösségi média felületeken megjelenő híreket, 17,1% pedig a barátokról, ismerősöktől, azaz a kapcsolati hálóját használva tájékozódik. A podcast (10,5%) ismét előkerül, ezúttal, mint tájékozási forrás, ezt követik az ATL eszközök, a TV (8,9%) és a rádió (7,6%), illetve a válaszadók között népszerű opció az online közösségek (7%) és a vlogok, blogok (4,1%) is. A tartalomfogyasztási szokások és az ehhez kapcsolódó témák egy rendkívül színes érdeklődési térképet tárnak elénk. Az érdeklődés középpontjában egyértelműen a hírek (18,1%) állnak, ezt követik a résztvevők szakmájához kötődő tartalmak (16,7%), kedvelt témának tekinthető a környezetvédelem, a természet és a környezettudatosság (15,3%) is, valamint a sport (13%) és a politika (11,1%). A szórakoztató jellegű tartalmak (technológia, autók, divat, bulvár) alacsonyabb arányban szerepelnek, jól látszik tehát, hogy főleg a négy említett témakör az, amely leginkább érdekli a válaszadókat.

A kitöltők rendkívül magas arányban (64,5%) találtak megújuló témájú tartalmakkal és a válaszadók jelentős része (65,3%) kifejezetten figyeli a témában megjelenő tartalmakat, ugyanakkor, azok, akik nem kerültek még kapcsolatba a témával (12,4%) szívesen olvasnának az alternatív energiaforrásokról. Érdekes eredményként kiemelendő, hogy a megkérdezettek 12,4%-a potenciálisan nyitott a témára. Általuk az ismeretségi körüket közvetett módon lehetne elérni, tekintve, hogy a megkérdezettek nagy része aktív diskurzust folytat ismerőseivel, családjával, barátaival a megújuló energiáról. A közeli kapcsolatba tartozó emberektől hallott információkra sokkal nyitottabbak a fogyasztók, még kényesebb témák esetében is, mivel adnak egymás véleményére és tapasztalataira, így akár megváltoztatható a sokszor negatív véleményük, ennek eredményeként pedig az elutasító attitűd helyett az elfogadó magatartás válik inkább jellemzővé. A pénzügyi megfontolás – például a rezsi kiváltására irányuló célok (26,8%) – mellett megjelent a környezetvédelem fontossága is, mint egyfajta belső motiváló erő, ami arra készíti a megkérdezetteket, hogy aktív szerepet vállaljanak a klímaválság elleni küzdelemben, és lépéseket tegyenek saját energiatudatosságuk megteremtésében azáltal, hogy felelősséget vállalnak az energiafogyasztásuk kontrollálásában, illetve az energiapiazarlás mérséklésében. A résztvevők válaszára (23,2%) alapozva megállapítható, hogy a külső gazdasági hatások mellett – növekvő energiaárak (24,4%), energiaválság (6,1%) – az energiaszolgáltatóktól való függetlenedési vágyuk (13,4%) is hangsúlyos tényező, ha a belső motivációjukról esik szó.

A kutatás utolsó részében a fogyasztói igényeket vizsgáljuk arra vonatkozóan, hogy milyen formában lennének nyitottak a megújuló energiával kapcsolatos hírekre, érdekességekre, információkra, azaz milyen módon fogyasztanának tartalmakat a megjelölt témában.

A megkérdezettek túlnyomó többsége (21,7%) a Facebook posztot jelölte meg, de kedvelt opciónak számít a podcast epizód (17,3%), ahogy a YouTube videó (15,7%) is. A hírlevél (11,7%) és a blogcikk (10,8%) is nagyobb arányban szerepel a tartalomtípusok között.

A 2. ábrán látható eredményeket elemezve elég széles a témák palettája, ami jó hír a kommunikációs szakembereknek, hiszen nagyobb a merítés a tartalmakat illetően. Ezáltal egy színes, érdekes és figyelemfelkeltő tartalomstratégia alakítható ki, amely nemcsak illeszkedik a célcsoport érdeklődési köréhez, hanem növeli az elköteleződési arányt és a követőbázis aktivitását.



2. ábra: A válaszadók megoszlása aszerint, hogy milyen témájú tartalom érdekelné őket a legjobban a megújuló energiaforrásokkal kapcsolatban

Forrás: Saját készítésű ábra primer kutatás alapján, 2024, n=418

A legújabb social média trendeket és algoritmusokat figyelve, az aktív követők a Facebook és a LinkedIn felületein jelentős mértékben hozzájárulhatnak az organikus elérés és a követőbázis növekedéséhez. A megújuló energia kapcsán több téma is kimagasló eredményt ért el, a válaszadók (21,5%) közel negyede az energiatiszítást választotta, amelyeket átültethetne mindennapjaikba az energiapazarlásuk mérséklésére, a technológia iránt fogékony résztvevők (18%) a kulisszatitkokba lesne be, 17,6% pedig az energiatudatosság témájában mélyedne el szívesen. A műszaki beállítottságú válaszadók (16,1%) legszívesebben a telepítéssel, működéssel kapcsolatos videókban lennének örömeiket, míg akiket elsősorban az innováció hajt (15,5%), inkább újdonságokról és érdekességekről olvasnának/hallanának inkább. A hazai és külföldi erőművek bemutatása, látogatása (7,9%) egy viszonylag szűk réteg számára lenne izgalmas téma (például Paksi Atomerőmű). A válaszadók alacsony mértékben voltak elutasítók, mivel összesen csak 3,3%-uk jelezte, hogy nem különösebben érdekli a megújuló energia, illetve az ezzel kapcsolatos további témakörök.

A felelősségi kérdést taglalva kiemelendő, hogy a válaszadók úgy vélik, mindannyian felelősek vagyunk az energiatisztos életvitel kialakításában, közös érdeknek tekintik a tudatos energiahasználatot, ami egy rendkívül pozitív visszacsatolás arra vonatkozóan, hogy a társadalom jelentős része

magas energiatudatossági szinttel és felelősségvállalási hajlandósággal rendelkezik a témában. Érdekes ugyanakkor, hogy az állam felelősségét előrébb helyezik az energiaszolgáltatókéval szemben, legalábbis tájékoztatás szintjén mindenképpen, ha a megújuló energiában rejlő lehetőségekről van szó. A szolgáltatók sem mentesülnek a felelősségvállalás alól, ugyanis a megkérdezettek markáns része (76,5%) szerint a lakosságot energiatudatos életvitelre való ösztönzés, illetve az edukáció – ami a megújuló energiával kapcsolatos ismeretek megszerzésére vonatkozik – az energiaszolgáltatók feladatának tekintendő.

Következtetések és javaslatok

Magyarországon, egészen a 2022-es energiaválságig nem számított központi témának a megújuló energia, sőt, a fogyasztók szignifikáns része rendkívül alacsony energiatudatossági szinttel rendelkezett. E tekintetben párhuzamot lehet vonni a 2007-es gazdasági világválsággal, amikor a pénzügyi tudatosság szintje hasonlóan csekély mértékben volt jelen a társadalomban. A válság időszakában és az azt követő években ez a tudatossági szint pozitív irányba mozdult, ami köszönhető volt a lakosság attitűdjének változásában. Ez is egy kiváló példa arra, hogy ameddig valamilyen külső hatás lépéskényszerbe nem hozza az ügyfeleket/fogyasztókat, addig egyáltalán nem, vagy csak nagyon nehezen törhető át az érdektelenség, az elzárkózás, illetve a közönyösség bizonyos témák tekintetében (például energia, klímavédelem, pénzügy stb.). A kommunikációt nehezíti, hogy a lakosság körében hiányoznak az alapvető ismeretek, továbbá alacsony a hajlandóság ahhoz, hogy jobban megismerjék az energiaipart és annak szereplőit. Az energiatudatos attitűd kialakulásához mindekelőtt szükséges egy alapszintű edukáció, ami megteremti az alapokat a megújuló energia megértésének, illetve szükségyszerűségének belátására, és a villamosenergia rendszerére gyakorolt hatásának megértésére. Noha kialakult az évek során egy szűk réteg, akik tudatosnak tekinthetők az energiahasználatot illetően, jelentősen csekély számban vannak jelen a társadalomban.

A megújuló energia szélesebb körben való elterjedéséhez három dolog szükséges: az első az edukáció, az alapvető villamosenergiával kapcsolatos ismeretek biztosítása, illetve a megújuló energiaforrások témájában keringő hitek-tévhitek tisztázása, működésük megismertetése a lakossággal. A második, hogy megalkossuk a megfelelő online kommunikációs stratégiát, ami támogatni tudja az edukációt a megújulók kapcsán, sőt, olyan minőségi és érdekesítő tartalmakat szolgáltatunk a fogyasztóknak, ami bevonja nemcsak egy kétoldalú, aktív párbeszédbe, hanem arra ösztönzi őket, hogy minél több ismerettel gyarapítsák tudásukat a témában. Habár az energiaszolgáltatók nehéz helyzetben vannak, hiszen közmű lévén („a szükséges rossz”) nem tartoznak a „szerethető márka” kategóriába, mégis elsősorban az ő felelősségük, hogy az energia fogalma újra értéket képviseljen a fogyasztók szemében. Ez pedig egyenes út a harmadik tényezőhöz: ahhoz, hogy érdekeltté tegyük a fogyasztókat az energiatudatosság elsajátítására és gyakorlására, fontos, hogy értékesnek lássák az energiát. Meg kell érteniük, hogy egyes energiatípusok véges és korlátozott mennyiségben érhetőek el (például fosszilis energiahordozók), éppen ezért felelősség kell vállalniuk a felhasznált mennyiségét illetően. Ebben segítségükre lehet az online kommunikáció széles eszköztára, amit javukra fordíthatnak a fogyasztók eléréséhez.

A megújuló energia iránti érdeklődés egyre növekvő tendenciát mutat, a válaszadók több mint 60%-a határozottan követi a témában releváns tartalmakat, híreket és aktualitásokat. Dacára annak, hogy a digitális tér első helyen szerepel az információszerzési módok között, és legnépszerűbb online platformok között főképp a közösségi média felületei, illetve a weboldalak tekinthetők primer tájékoztatói forrásoknak – mégsem elhanyagolható tényező a személyes kapcsolati háló jelentősége. Ennek kapcsán az értékelt válaszok egyértelműen rámutattak arra, hogy a megkérdezettek a

hiteles és megbízható információkat jellemzően ismeretségi körükből, a megújulóknak köszönhetően létrejött online csoportokban szerzik be olyan fogyasztóktól, felhasználóktól, akik túl vannak a vásárlási és telepítési folyamatokon. Fogyasztói döntési mechanizmusokról elmondható, hogy a megalapozott döntés meghozatalához több forrásból tájékozódnak (weboldalak, Facebook csoportok, szaklapok, szakemberek), így a hagyományos offline kommunikációs eszközök épp úgy helyet foglalnak az információszerzésben, mint az online társaik. A kutatás alapján jól látszik, hogy a megújuló energiarendszerekkel foglalkozó cégek esetében a szolgáltatóválasztást jelentős mértékben alapozzák olyan fogyasztók véleményére, akik a beruházáson már túl vannak, és aktívan használják a terméket. Döntésüket nagymértékben befolyásolja ezen fogyasztók pozitív vagy éppen negatív tapasztalata. A szolgáltató választás már kezdeti pontjain bevonják őket árajánlat véleményezés formájában. A kapcsolati háló további tagjai, úgymint barátok, családtagok, esetenként bizalmas kollégák meglátásai és ajánlásai éppoly fontosak számukra, mint adott esetben az online közösségek ismeretlen véleményvezéreinek értékelései.

Az online kommunikáció vonatkozásában kiemelendő, hogy az online eszközök alkalmazásával a válaszadók több mint fele találkozik aktívan a megújuló energia témakörével valamilyen formában (hirdetés, hír, blogcikk stb.). A digitális világ nyújtotta lehetőségeket mindenképpen érdemes kihasználnia az energetikában dolgozó kommunikációs szakembereknek, ugyanis a megkérdezettek számottevő hányada szívesen venné a megújuló energia témájú hírleveleket, podcast műsorokat/epizódokat, továbbá a social média felületein szintén nyitottan fogadná az ilyen jellegű tartalmakat. Az érdeklődési körüket tekintve megállapítható, hogy a tartalom témaköre és típusa rendkívül széles, sokrétű és változatos a résztvevők véleménye alapján, illetve a technikai és innovációs újdonságok, az opcionális energiafogyasztás és használat, valamint a műszaki adatok és erőművek bemutatása egyaránt fogyasztható tartalom részükről. Ami a szolgáltatók közösségi média jelenlétét és aktivitásait illeti, a válaszadók aktív figyelemmel kísérik és rendszeresen olvassák az általuk generált tartalmakat, sőt, véleményük szerint az energia területén tevékenykedő vállalatok felelősek az edukációban és az energiatudatos attitűd támogatásában. Az eredmények rávilágítottak arra, hogy a fogyasztók kifejezetten elvárják, hogy az érintett szolgáltatók szerepet vállaljanak az energiatudatosság elősegítésében. Annak ellenére, hogy a kérdőíves megkérdezés nem tekinthető reprezentatív felmérésnek, mégis tartalmaz olyan értékes válaszokat, amelyek a hazai energiaszolgáltatók számára releváns információt hordoznak a lakosság jelenlegi, a megújulókkal kapcsolatos ismereteiről, ezek elfogadottságáról társadalmi szinten, sőt mi több a megújuló energia témájú tartalomfogyasztási szokásokról is kulcsfontosságú adatot szolgáltat.

Hivatkozott források

- Aldabas, M. – Gstrein, M. – Teufel, S. (2015). Changing Energy Consumption Behaviour: Individuals' Responsibility and Government Role. *Journal of Electronic Science and Technology*, 13(4), 343–347.
- Bozsik, No. – Szeberényi, A. – Bozsik, Ná. (2023): Examination of the Hungarian Electricity Industry Structure with Special Regard to Renewables. *Energies*, 16(9), 3826. <https://doi.org/10.3390/en16093826>
- Czvikovszky, T. – Mészáros, L. – Toldy, A. (2019): A Fenntartható fejlődés technológiái. Akadémiai Kiadó, Budapest. <http://dx.doi.org/10.1556/97896345444005>
- Csáki, Sz. (2021): Energiatudatossággal kapcsolatos ismeretek és összefüggések vizsgálata. In: Örökség és megújulás. *Sárospataki Pedagógiai Füzetek*, 28, 295–310. <https://doi.org/10.33031/SPF.2021.295>

- Csiszárík-Kocsir, Á. – Varga, J. (2023). Perception of Public Transport Megaprojects through a User Perspective. *Eurasia Proceedings of Science Technology Engineering and Mathematics*, 23, 11–18. <https://doi.org/10.55549/epstem.1357597>
- Csutora, M. – Szigeti, C. – Harangozó, G. (2024). A fenntarthatóságot szolgáló üzleti gyakorlatok fogyasztói elfogadása a COVID idején: Egy egyetemista minta tapasztalatai. *Vezetéstudomány Budapest Management Review*, 55(2), 2–16. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2024.02.01>
- Törőcsik, M. – Németh, P. – Jakopánecz, E. – Szűcs, K. (2014). Megújuló energiaforrások elfogadottsága a magyar felnőtt lakosság körében. *Marketing & Menedzsment 2014 Különszám*, 89–101.
- Karasmanaki, E. – Tsantopoulos, G. (2021). *Public attitudes toward the major renewable energy types in the last 5 years: A scoping review of the literature*. 117–139. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-822897-5.00004-3>
- Durmus Senyapar, H. N. – Duzgun, B. – Boran, F. E. (2024): Energy Labels and Consumer Attitudes: A Study among University Staff. *Sustainability*, 16(5), 1754. <https://doi.org/10.3390/su16051754>
- Gergely, G. (2009): A hazai zöld civil szerveződések szerepe, lehetőségei a helyi környezeti konfliktusok megoldásában. *Stratégiai perek: szűkülő mozgástér? Tér és Társadalom*, 23(3), 161–171. <https://doi.org/10.17649/TET.23.3.1263>
- Horváth, D. – Bauer, A. (2016): *Marketingkommunikáció, Stratégia, új média, fogyasztói részvétel*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 436 p. <https://doi.org/10.1556/9789630597227>
- Káposzta, J. – Nagy, H. (2022): The Major Relationships in the Economic Growth of the Rural Space. *European Countryside*, 14(1), 67–86. <https://doi.org/10.2478/euco-2022-0004>
- Kiss, S. (2022): Válságkezelés, energiapolitika, háború: Az 1970-es évek kríziseinek amerikai tapasztalatai. *Külgügyi Műhely*, 4(2), 153–168. <https://doi.org/10.36817/km.2022.2.7>
- Kucséber, L. Z. (2022): Fenntartható technológiai vállalatok relatív értékelése a Covid tükrében. *Controller Info*, 10(2), 2–7.
- Latapí Agudelo, M. A. – Johannsdottir, L. – Davidsdottir, B. (2020): Drivers that motivate energy companies to be responsible. A systematic literature review of Corporate Social Responsibility in the energy sector. *Journal of Cleaner Production*, 247, 119094. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119094>
- Lucas, H. – Carbajo, R. – Machiba, T. – Zhukov, E. – Cabeza, L.F. (2021): Improving Public Attitude towards Renewable Energy. *Energies*, 14, 4521. <https://doi.org/10.3390/en14154521>
- Pál, V.G. (2021): Magyarország energiastatégiája a klímasemlegesség tükrében. *Multidiszciplináris tudományok*, 11(1), 69–75. <https://doi.org/10.35925/j.multi.2021.1.7>
- Pólya, É. – Máté, Z. (2021): The results of a primary research that investigated some aspects of conscious consumption among millennials and generation Z. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(6), 1–10.
- Rekettye, G. (2018): *Értékteremtés 4.0*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 236 p.
- Rimóczi, Cs. – Kozik, E. (2023): Influencerek hatása a Z-generáció fogyasztási szokásaira - feltáró kutatás. *Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok*, 18, 397–409. <https://doi.org/10.14232/jtgf.2023.kulonszam.397-409>
- Siphesihle, N. – Nagy, H. (2021): Legal regulations and policy barriers to development of renewable energy sources in South Africa, *Engineering for rural development*, 20, 234–240, <https://www.doi.org/10.22616/ERDev.2021.20.TF049>

Törőcsik, M. (2016): Fogyasztói magatartás – Insight, trendek, vásárlók. Akadémiai Kiadó, Budapest, 499 p. <https://doi.org/10.1556/9789630597371>

Wani, M.I. – Mir, M.A. (2015): Energy consumption and economic growth: An analysis of central Asian states. *The Journal of Central Asian Studies*, 22(1), 169–178. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/energy-consumption-economic-growth-analysis/docview/1838984881/se-2>

Szerzők

Fűrész Ágnes

ORCID <https://orcid.org/0009-0009-7202-0928>

MSc hallgató

Budapesti Metropolitan Egyetem, Marketing MSc

E-mail: fureszagi@gmail.com

Szeberényi András

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1387-0350>

PhD

egyetemi docens

Budapesti Metropolitan Egyetem, Marketing és Kommunikáció-tudományi Intézet

E-mail: aszeberenyi@metropolitan.hu

A műre a Creative Commons4.0 standard licenc alábbi típusa vonatkozik:

[CC-BY-NC-ND4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Circular Economy Supply Chain and Sustainable Sourcing

The Incorporation of McArthur Foundation's Butterfly Model into Sustainable Sourcing

Anathi Sokhetye

Abstract

In response to environmental degradation and resource depletion, achieving sustainability in supply chain management has become pivotal, with circular supply chains and sustainable sourcing emerging as critical strategies. This study, employs a questionnaire distributed to employees across three manufacturing organizations in South Africa, aiming to explore these concepts. The questionnaire is informed by the conceptual framework of the McArthur Foundation's Butterfly Model. However, integration obstacles persist, including a lack of initial costs and resistance to change. Addressing these challenges is crucial for a smoother transition to sustainability. The study also indicates a growing emphasis on social and environmental factors in supplier selection, alongside cost effectiveness. This study also finds that educational initiatives must be accessible to employees at all levels, and cross functional collaboration remains essential for holistic integration. Ultimately, organizations must recognize the ongoing nature of incorporating circular economy principles and continuously spread knowledge while navigating change management and process transformation challenges for a sustainable future in supply chain operations.

Keywords circular economy, sustainable sourcing, supply chain management, suppliers, butterfly model

JEL Q50, Q59

Introduction

Businesses and organizations are increasingly understanding the importance of incorporating circular economy concepts into their operations in an era marked by increased concern for the environment and the urgency to battle the effects of climate change. Circular economy efforts particularly in sustainable sourcing, are significant tools for driving both economic growth and environmental sustainability. (Pathak, 2023). A circular economy is a framework in which materials are never wasted and nature is replenished. products and materials are kept in circulation in a circular economy through operations such as maintenance, reuse, refurbishment, remanufacture, recycling, and composting (MacArthur, 2022; Bhandari et al, 2022). By disconnecting economic activity from the consumption of limited resources, the circular economy addresses climate change and other global concerns such as diminished biodiversity, waste, and pollution. the circular economy is based on three principles, which are eliminating waste and pollution circulating products and materials at their highest value, and regenerating nature in our current economy, we take materials from the earth, make products from them, and eventually throw them away as waste – the process is linear. in a circular economy, by contrast, we stop waste from being produced in the first place.

Environment, Social, and Governance (ESG) investors; regulators and other stakeholders continuously exert pressure on businesses to establish sustainable sourcing practices and initiatives in order to improve the safety and sustainability of their supply chains (Chen, 2022). Sustainable sourcing focuses on identifying and choosing suppliers who are dedicated to sustainability and can demonstrate that they satisfy environmental, labour, and social responsibility standards. Sustainable sourcing strives to reduce negative environmental and community consequences while simultaneously enhancing the long-term profitability of the enterprises and organizations involved (Saha et al, 2022).

The circular economy is gaining popularity as a more sustainable alternative to the classic linear "take make dispose" economic model (Corvellec et al, 2022; Akhavan, 2017). The Butterfly Diagram created by the Ellen MacArthur Foundation is one of the most well known and significant depictions of the circular economy. The model, named after Dame Ellen MacArthur, a former competitive sailor who created the foundation, visualizes the basic ideas of the circular economy in an easy-to-understand manner (MacArthur, 2022).

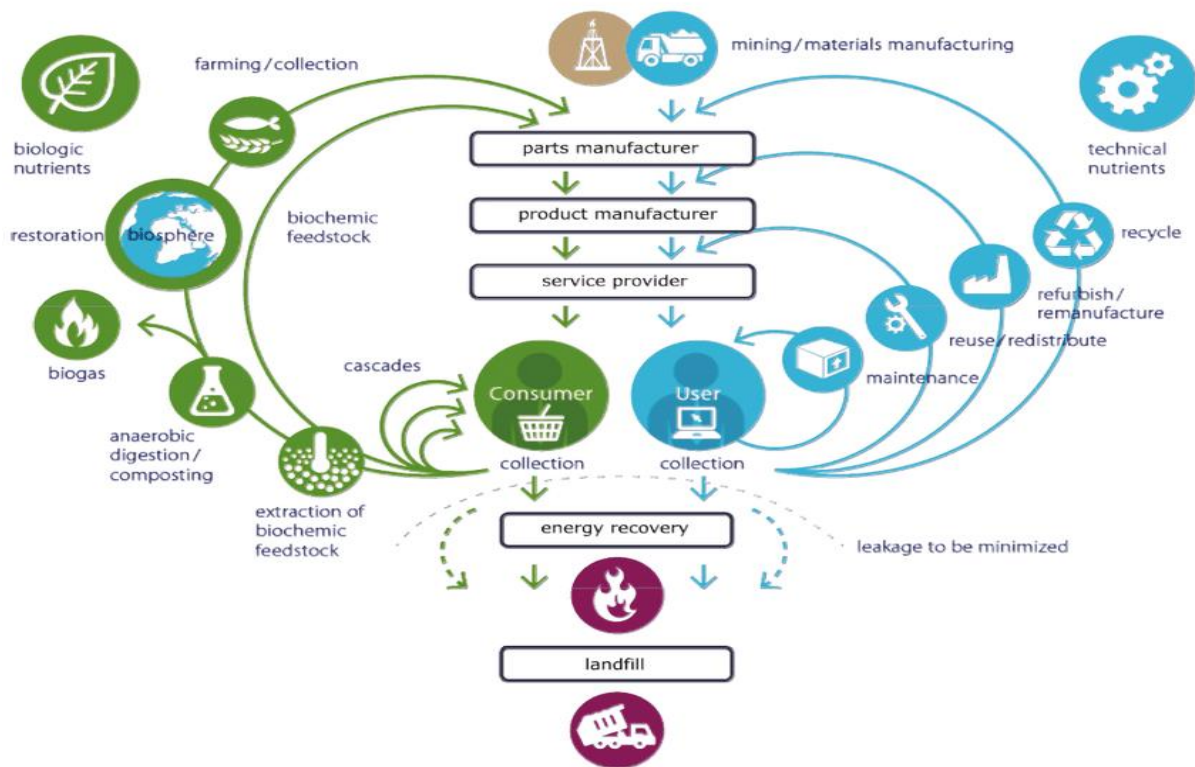


Figure 1. The McArthur Foundation's butterfly model

Source: (MacArthur, 2022)

The McArthur's Butterfly Model presents a visual framework depicting the transition from a linear economy to a circular economy using the metaphor of a butterfly's lifecycle. In its caterpillar stage, representing the current linear economic model, resources are extracted, utilized, and discarded, leading to waste accumulation and environmental degradation (Aydin et al, 2022). The chrysalis stage symbolizes the transitional period, during which efforts are made to minimize waste, optimize resource utilization, and redesign products and processes for durability and reuse. This phase involves the implementation of innovative initiatives and policies to facilitate the shift towards circularity (Bhandari et al, 2022). Finally, in the butterfly stage, the circular economy is realized, with resources managed sustainably, and waste minimized through practices such as recycling,

upcycling, and remanufacturing. Products and materials circulate within closed loop systems, extending their lifespan and reducing reliance on virgin resources, leading to economic prosperity, environmental resilience, and social wellbeing (Chowdhury, 2022; Khan et al,2022). The model illustrates the transformative journey towards a circular economy, emphasizing the need for systemic changes in production, consumption, and waste management to achieve sustainability (Delbaldo and D'Anghela,2020).

Butterfly stage

- –Biological Cycle (left wing): This depicts the circular economy's regenerative feature, which is inspired by natural ecosystems. Organic trash and biodegradable products are examples of biological materials that can be safely returned to the environment (MacArthur, 2022).
- –Technical Cycle (right wing): This cycle focuses on the technical aspects of the circular economy, such as nonbiological materials designed for reuse, remanufacturing, or recycling. Closed loop systems circulate these materials, minimizing resource use and waste formation (MacArthur, 2022), The Butterfly Diagram depicts several essential steps in the circular economy:
 - –Design for Longevity: Products are built with durability in mind, with an emphasis on reparability and upgradeability (Korhonen et al,2018).
 - –Reuse and Refurbishment: Products are refurbished and resold to extend their life cycle.
 - –Remanufacturing: utilization of old product components and materials to generate new products.

The Application of the McArthur foundation's butterfly model in the manufacturing sector

According to (McAloone and Hauschild,2023), the applicability of the McArthur's Butterfly Model in the manufacturing sector lies in its ability to guide industry professionals and its stakeholders in adopting sustainable practices and fostering innovation across the entire value chain. By following the stages outlined in the model and implementing corresponding strategies, manufacturers can be to align their operations with circular economy principles. (Kujanpää,2023) further adds that Manufacturers can transition from a linear, resource intensive approach to a more sustainable and regenerative model that promotes long term environmental and economic benefits.

The model notes the importance of systemic changes in production, consumption, and waste management to achieve sustainability in the manufacturing industry. The applicability of this model can encourage manufacturers to rethink traditional practices and embrace innovative solutions that prioritize resource efficiency.

In conclusion, McArthur's Butterfly Model serves as a guiding framework for manufacturers seeking to embrace the principles of the circular economy. Its relevance lies in its ability to inspire transformative change, drive innovation, and promote sustainability within the manufacturing sector. As industries increasingly recognize the importance of sustainability, the model provides a roadmap for navigating the transition towards a more circular future.

Materials and Methods

This paper adopts a quantitative research methodology to analyse data from a sample of employees from three different manufacturing organizations in South Africa focusing on the construction equipment, apparel, and packaging industry. The primary data was gathered through a questionnaire survey administered to employees of the three manufacturing organizations. The primary research was conducted from September 2023 to early February 2024.

The questionnaire was sent out to seventy employees of different employment levels and the results were presented in a table format, descriptive statistical tables allowed access to the relationships between the degree of integration and its impacts on environmental, social, and economic performance. The method of sending out the questionnaire was in the form of Google Forms and the questions were sent out using social media platforms namely Facebook and WhatsApp. The identity of the respondents could not be revealed, owing to protecting their identity, and the names of the three organizations mentioned could not be revealed due to private and confidential reasons.

Secondary data was derived from academic journals and research papers from sources namely the Web of Sciences (WOS), Scopus, and Google Scholar that discussed circular economy concepts, sustainable sourcing strategies, and other related topics. These secondary sources provided essential context and theories to back up the study's findings. The use of recent papers in the secondary data increased the depth and comprehensiveness of the research, ensuring that the analysis represents current knowledge and expertise in the subject.

Results

Table 1. Age and gender ratio

Age group	Male (in %)	Female (in %)	Mean	Standard deviation
22-35	48	52	28,5	5,7
36-50	63	37	43,0	5,8
51-65	42	58	58,0	3,5

Source: Authors Own compilation

Table 2. Education level

Matriculation	6,3%
vocational certificate	2,5%
Diploma	33,3%
Bachelor's degree	27, 1%
Bachelor honours degree	6,3%

Source: Authors Own compilation

Feedback from the 49 respondents was as follows based on the key questions chosen for analysis the first question asked was the education level of the employees, this was an important question to ask because it gave a brief background on how they understand the circular economy and sustainable sourcing theory, 33% of the respondents have a national diploma, followed by 27,1% of the respondents have a bachelor's degree, and 25% of the respondents have a vocational certificate This diversity suggests that individuals from various educational backgrounds are part of the sustainability conversation.

Table 3. The participants were asked which department they work in, in their respective organizations

Production and manufacturing	14,6%
Finance	6,3%
Purchasing	4,2%
Marketing	6,3%
After sales	37,5%
Maintenance	31,3%

Source: Authors Own compilation

The following question asked was which department are the respondents from their organizations. This was important to see because the circular economy and sustainable sourcing affect every department in the workplace, it was interesting to note that 37,5% of the respondents were from the aftersales department followed by 31,3% from the maintenance department and 14,6% from the production/manufacturing department. Figure 4 explored the departmental distribution of the respondents, revealing that 37,5% are from aftersales departments, 31,3% from maintenance, and 14,6% from production and manufacturing. These principles influence various aspects of an organization, and the dispersion of respondents across different departments Aftersales, maintenance, and production departments play pivotal roles in the product lifecycle, and their involvement is imperative for effective implementation.

Table 4. Questions asked to participants if they were familiar with the circular economy concept

Yes	54,2%
No	45,8%

Source: Authors Own Compilation

This was a relevant question to ask to view if the respondents were aware of the concept of circular economy and sustainable sourcing 45,8% said no and 54,2% said yes this is good because it shows that more respondents know about the concept of circular economy and sustainable sourcing. This is an encouraging finding, demonstrating that knowledge in this domain is not limited to a select few.

Table 5. The question asked participants if circular economy principles were integrated into sustainable supply chains in their organizations

Yes	14,3%
Yes, but partially	44,9%
No	40,8%

Source: Authors Own Compilation

Based on table 5 the question asked it was important and relevant to ask if there are any circular economy principles integrated into supply chains 14,3% responded yes fully integrated, while 44,9% responded yes partially integrated 40,8% responded not integrated at all this could be due to the concept being accepted and used in the recent years. This variation in responses suggests that circular economy principles are still in the process of adoption and implementation within organizations.

Table 6. The question was asked on how familiar the participants with the concept of the circular economy were as depicted by the model

Familiar	17,7%
Not Familiar	53,8%
Not sure	28,5%

Source: Authors Own Compilation

Based on Table 6 the question asked how familiar the participants were with the concept of circular economy as shown by the model. The results shown in the responses suggest that most of the participants are not familiar with the concept of circular economy as depicted in the model, this could be the result of being unfamiliar with the model.

Table 7. The question was asked to participants about which circular economy principles they consider in their sustainable sourcing procedures

Product design and durability	44,9%
Materials recycling and reuse	49%
Product remanufacturing and re-furbishment	26,5%
Extended producer responsibility	2%
Sharing economy and product	4,1%

Sources: Authors Own compilation

From table 7 question being asked was which principles does one consider sourcing in their sourcing procedures 49% is materials recycling and reuse, 44,9% is product design for durability and repairability, 26,5% is product remanufacturing and refurbishment, two% is extended producer responsibility and 4,1% is sharing economy and product as a service model. Notably, these results align closely with the foundational principles of the circular economy, emphasizing the importance of reducing waste, extending product lifecycles, and conserving resources.

Table 8. The question asked to participants was the challenges in their organizations they face incorporating circular economy into sustainable sourcing procedures

Lack of awareness and understanding	44,9%
Limited availability of circular products and materials in the market	24,5%
High initial investment and implementation costs	36,7%
Resistance to change in traditional sourcing practices	24,5%
Inadequate government support	44,9%

Source: Authors Own Compilation

Based on Table 8 above challenges in integrating circular economy principles into sustainable sourcing procedures 44,9% detailed their challenges as the lack of awareness and understanding of the concept and inadequate government support, further 36,7% is high initial investment and both 24,5% is Limited availability of circular products and materials in the market & resistance to change.

Table 9. The question asked to participants was about the supplier selection for sustainable sourcing

Environmental certifications (e.g., ISO 14001)	53,1%
Social responsibility policies and practices	24,5%
Supply chain transparency and traceability	16,3%
Resource efficiency and waste reduction initiatives	10,2%
Cost effectiveness	77,6%

Source: Authors Own Compilation

Table 9 addressed the factors that come into play when selecting suppliers 77,6% responded that its cost effectiveness, 53,1% responded its environmental certifications 24,5% responded its social responsibility policies, 16,3% responded its Supply chain transparency and 10,2% responded its resource efficiency Cost effectiveness stood out as the most critical factor, with 77.6% of respondents prioritizing it. However, it is encouraging to see those environmental considerations, represented by environmental certifications, were a factor for 53.1% of respondents and cost effectiveness is a crucial factor because of pricing ranges from different suppliers.

Discussion

Based on the data analysed through the view of McArthur's Butterfly Model, several key conclusions can be drawn regarding the current state of awareness, adoption, and challenges associated with the circular economy and sustainable sourcing within organizations.

Firstly, the diverse educational backgrounds of the respondents, as evidenced by Table 2, signify that individuals from various educational paths are engaged in discussions surrounding sustainability, indicating a broadening scope of understanding across different sectors. Furthermore, the distribution of respondents across different departments, as depicted in Table 3, highlights the cross functional nature of circular economy principles, with aftersales, maintenance, and production departments playing pivotal roles in the integration of sustainable practices throughout the product lifecycle.

Additionally, the findings from Table 4 reveal a promising level of awareness among respondents regarding the circular economy concept, with over half indicating familiarity with it. However, the challenges outlined in Table 8, such as the lack of awareness and understanding, high initial investment costs, and resistance to change, underscore the ongoing transition process towards fully integrating circular economy principles into sustainable sourcing procedures.

Nevertheless, Table 5 suggests a gradual adoption of circular economy principles within supply chains, albeit partially, with a significant portion of respondents acknowledging their integration to some extent. Moreover, Table 7 highlights the specific principles prioritized by respondents in their sustainable sourcing procedures, with an emphasis on materials recycling and reuse, product design for durability, and reparability, aligning closely with the core tenets of the circular economy, Table 6 highlighted the familiarity of the participants with the concept of circular economy as shown by the model. The results shown in the responses suggest that 53,8% of the participants are not familiar with the concept of circular economy, while 17,7% are familiar and 28,5% are not sure, this could be an indication that the participants are not familiar with the model depicted.

Finally, Table 9 underscores the multifaceted considerations involved in supplier selection for sustainable sourcing, with cost effectiveness being paramount, yet environmental certifications and social responsibility policies also gaining prominence.

Conclusion on Results

These findings collectively depict a dynamic sphere wherein organizations are increasingly recognizing the importance of adopting circular economy principles but are still navigating challenges in their full implementation. Moving forward, addressing these challenges, fostering cross departmental collaboration, and continuing to prioritize sustainability in supplier selection processes will be essential for organizations to progress towards a more circular and sustainable future.

A theory (Elkington J,2024) called The Triple Bottom Line (TBL) theory, proposed by John Elkington, emphasizes the importance of considering not only financial performance but also social and environmental impacts. This theory aligns well with the principles of the circular economy as depicted in the MacArthur Butterfly Model. By incorporating TBL, manufacturing organizations can assess their performance in terms of finance, environmental impact, and social well-being.

The incorporation of the McArthur's Butterfly Model Stages Biological and Technical Cycles offers a comprehensive view of this process, emphasizing both regenerative and technical factors critical to sustainability. The Biological Cycle, which represents the circular economy's regenerative component, emphasises the significance of carefully returning biological resources to the environment. This is in line with the increased emphasis on organic waste management and biodegradable product design in manufacturing. The Technical Cycle, on the other hand, focused on nonbiological materials and emphasises reuse, remanufacturing, and recycling to reduce waste generation. These cycles show the importance of comprehensive policies that address both the organic and technical aspects of sustainable sourcing.

Conclusion

The circular economy provides a compelling alternative to the standard linear economic model, which is defined by the continuous sequence of "take make dispose." The circular economy seeks to decouple economic growth from resource consumption and environmental deterioration by prioritising waste and environmental degradation, Materials kept in circulation by employing processes such as reuse, refurbishment, remanufacturing, recycling, and composting, which reduce waste and maximize resource efficiency. Pressure from stakeholders such as ESG investors and regulators has driven organisations to implement sustainable sourcing procedures to improve the safety and sustainability of their supply chains. Sustainable procurement entailed identifying and selecting suppliers committed to sustainability, to lower negative environmental and community impacts while increasing long term profitability.

The Butterfly Diagram, created by the Ellen MacArthur Foundation, provided an important visual framework for the transition to a circular economy. This diagram depicted the transition from a linear to a circular economy, emphasising the stages of caterpillar, chrysalis, and butterfly. The circular economy promoted closed loop systems in which products and materials circulate endlessly, eliminating reliance on original resources and waste. Initiatives like design for longevity, reuse, refurbishing, and remanufacturing assist to achieve this. The adoption of circular economy principles, particularly in sustainable sourcing, shows tremendous potential for promoting both economic growth and environmental sustainability.

The research outlined in this study employed a quantitative methodology to investigate the integration of circular economy principles within the sourcing procedures of manufacturing organizations in South Africa, focusing on the apparel, construction equipment, and packaging industries. Through the distribution of surveys to seventy employees across these sectors, data was collected to assess the extent of circular economy integration and its impact on environmental, social, and economic performance. Descriptive statistical analysis facilitated the exploration of relationships between integration levels and outcomes, providing a robust foundation for evaluating the effectiveness of circular economy principles in sustainable sourcing. The analysis of demographic data revealed a diversified respondent profile in terms of age, gender, and educational background, indicating widespread participation and interest in the theme of sustainability.

Recommendations

- Collaborative efforts between manufacturing organizations, relevant government departments, academics, policymakers, and other relevant stakeholders can make meaningful progress toward a more sustainable future. Using this suggested prospect of this study the collaboration efforts can involve sharing best practices, conducting joint research projects, and developing industry standards for sustainable sourcing.
- Educational initiatives through developing educational programmes and workshops to raise awareness and knowledge of circular economy principles, sustainable sourcing, and the model among employees from various departments and industries across the manufacturing sector. These initiatives can involve workshops, as well as practical implementation strategies.

References

- Akhavan, 2017. Sustainable sourcing and supply management strategies. *Journal of Purchasing and Supply Management*, pp. 137151. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2016.07.006>
- Aydin, Zhang, H & Parker, R. P. (2022). Social responsibility auditing in supply chain networks. *Management Science*, 68(2), 1058–1077. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2020.3950>
- Bhandari, N., Garza-Reyes, J. A., Rocha-Lona, L., Kumar, A., Naz, F., & Joshi, R. (2022). Barriers to sustainable sourcing in the apparel and fashion luxury industry. *Sustainable Production and Consumption*, 31, 220–235. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.02.007>
- Chen J,2022. Responsible sourcing and supply chain traceability. *international Journal of Production Economics*, pp. 248, p.108462. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2022.108462>
- Chowdhury, Dey, P. K., Malesios, C., De, D., Budhwar, P., & Cheffi, W. (2022). Circular economy to enhance sustainability of *small and medium sized enterprises*. In *Supply chain sustainability* (pp. 10–45). Routledge. DOI: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003018551-2/circular-economy-enhance-sustainability-small-medium-sized-enterprises-prasanta-kumar-dey-chrisovaladis-malesios-debashree-de-pawan-budhwar-soumyadeb-chowdhury-walid-cheffi>
- Corvellec, H., Stowell, A. F., & Johansson, N. (2022). Critiques of the circular economy. *Journal of industrial ecology*, 26(2), 421–432. <https://doi.org/10.1111/jiec.13187>
- DelBaldo, & D'Anghela, M. 2020. Circular economy and corporate social responsibility. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, pp. 7087. <https://doi.org/10.4468/2020.1.06delbaldo.dang>
- Economic, N, 2023. The Netherlands: Pioneering Sustainability and Circular Economy Innovations. *The Medium*. <https://medium.com/@economicdonut/the-netherlands-pioneering-sustainability-and-circular-economy-innovations-ba021dea98f>
- Elkington, J. (2024). The triple bottom line, a brief history of. In *Concise Encyclopedia of Corporate Social Responsibility* (pp. 232237). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800880344.ch43>
- Khan, Shah, Yu, & Tanveer, M022. A systematic literature review on circular economy practices: challenges, opportunities, and future trends. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, pp. 754795. <https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2021-0349>
- Korhonen, Honkasalo, A., & Seppälä, J. 2018. Circular economy: the concept and its limitations. *Ecological economics*, pp. 3746. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.06.041>
- Kujanpää, O. (2023). Challenges Faced by Global Manufacturing Companies When Implementing Circular Economy Business Models. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2023120433878>
- McAloone, T. C., & Hauschild, M. Z. (2023). Sustainable Futures from an Engineering Systems Perspective. In *Handbook of Engineering Systems Design* (pp. 1–23). Cham: Springer International Publishing. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-030-46054-9_4-2
- MacArthur, 2022. Allen MacArthur Foundation. [Online] Available at: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/topics/circulareconomyintroduction/overview>
- Pathak N, 2023. embracing Circular Economy Initiatives in Sustainable Procurement: A Path to Lasting Environmental Impact. *Sustainable Procurement*. <https://www.linkedin.com/pulse/embracing-circular-economy-initiatives-sustainable-pandey-pathak/>
- Saha, K., Dey, P. K., & Papagiannaki, 2022. Implementing circular economy in the textile and clothing industry. *Supply Chain Sustainability in Small and Medium Sized Enterprises*, pp. 239276. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003018551-10/implementing-circular-economy-textile-clothing-industry-krishnendu-saha-prasanta-kumar-dey-eleni-papagiannaki>

Author

Anathi Sokhetye

ORCID <https://orcid.org/0009-0007-4027-964X>

PhD student

Hungarian University of Agriculture and Life Sciences

E-mail: Anathimihlalisokhetye@gmail.com

This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).



Do Financial Difficulties Hinder the Export of Processing Industries in Transition Countries? – The Case of Mongolia

György Iván Neszmélyi, Ulziimaa Altnaa

Abstract

The purpose of this study is to investigate what barriers exporters of the processing industry face during export. The research is a qualitative study that looks at if the country's origin and the economic and political situation affect exports. Easing poverty and supporting the economy, export has been considered a vital aspect of development for many countries. The number of livestock is one of the crucial factors for the processing industry, but unlike other countries that receive high revenue and benefit from the export of the processing industry, particularly the leather industry, the export share is small in Mongolia. Although many researchers, and policymakers have tried to explore what brings low-value addition and low export share of end products in transition countries, there are only a few articles conducted in the field of the processing industry. The number of livestock and geographical location between China and Russia seem Mongolia has significant potential to thrive leather sector, more scientifically proven research should be conducted to provide insight into what barriers impede the export possibilities for the Mongolian leather industry and try to shed light on the possibilities in a broad range. The authors adopted qualitative research methods and used both primary and secondary data. At the end of the study, we created three main themes from participants' responses and the result of the study showed there are three distinctive barriers that the leather industry exporters face during export activity.

Keywords: *Export barriers, Transition economies, leather processors and manufacturers, Mongolia, SMEs*

JEL: *M16, F14, O14, R11*

Introduction

Export is a business activity that involves economic development and growth as well as eases poverty and improves profitability (Gebrewahid, 2016). Even in practice, export is seen as the low-risk and low-investment entry mode for all types of firms, although there are several entry modes for firms engaging in the internationalization phenomenon. In addition, a review of the literature revealed that there is a causal relationship between export share, economic growth, and the creation of job opportunities. In doing that, the enhancement of living standards for the local economy also happens (Kahiya, 2013).

World over, leather has been regarded as one of the most traded and valuable products in terms of its total created monetary value per year. In general, the leather sector, individually, generates over 100 billion USD every year on average and creates thousands of employment opportunities globally (Unido, 2010). In such a manner, the numerous developing and less developed countries (LDCs) with abundant livestock resources take into account the thriving leather sector so as to achieve economic development through increased export (Mwinyihija- Quiesenberry, 2013).

It is reasonably expected that the number of livestock is an important factor for the processing industry, yet as of today over 78% of total bovine animals, 67% of total sheep, and 92% of the total goat, respectively, are in developing or LDCs. Developed countries such as Italy, Portugal, Spain, Germany, Belgium, France, Netherlands, the USA, and the UK are ranked in the top places for their earned income from the leather sector (Memedovic-Matiila, 2008). Former research consistently shows that processors and producers in developing or LDCs are highly dependent on leading firms because they have less essential know-how, managerial skills, and financial means that are necessary to identify and reach their target market (Erdeiné Késmárki-Gally, 2014). In addition to this, these countries adopt traditional rearing customs and recovery at the farm and slaughterhouse level, which decreases the market value of raw hides and skins significantly and brings about a greater amount of damage. Also, processors and producers in developing or LDCs are not able to adhere to norms and standards set by the global market, so they may lose the chance to access into the global and regional markets (Fenyvesi – Késmárki-Gally, 2005). Finally, inadequate infrastructure and unstable political environments of these countries hinder upgrading to a great extent (Memedovi-Matiila, 2008, Mwinyihija, 2018).

Researchers, practitioners, and policymakers are interested in identifying what issues cause low-value addition and low export share of end products in developing, and LDCs with a large amount of livestock population, such as Mongolia and some African countries. As noted, Mongolia has significant potential to thrive leather sector concerning its number of livestock and pleasant geographical location lying between the world's two big markets China and Russia, but the low export of the leather industry shows the degraded level of skill for these great resources and possibilities. This study provides insight into what barriers impede the export possibilities for the Mongolian leather industry and tries to shed light on the possibilities in a broad range.

Leather industry in Mongolia

As of 2019, there were 70.9 million livestock in Mongolia, 4.2 million of which were horses, 4.7 million of which were cattle, 0.4 million of which were camels, 32.3 million of which were sheep, and 29.2 million of which were goats (The National Statistical Bureau, 2020). In Mongolia, the hides and skins serve as an added value for the meat and meat products. In light of export contribution, the total share of the leather sector export for Mongolia is comparatively lower than the global level worth over US\$4 million per year. Semi and deep-processed leather products are exported to Ethiopia, Italy, Vietnam, and China, among them, China is considered as the major exporting destination for semi-processed hides and skins (World Bank, 2019). Taken together, the total capacity for hides and skins processing factories in Mongolia is around 20.0 million small animal skins per year, yet only a few factories execute both initial and deep processing and most of them prefer to execute only semi-processing and produce wet blue and then export their output in China directly not adding any more value on the raw materials. As of 2013, the total processed skins and hides were over 1.6 million, which was equal to 9% of the total raw hides and skins produced (SDC, 2015). Currently, there are 34 factories and more than 100 small and medium-sized leather tanneries running their business in Mongolia, 16 of which make final-deep processing, 2 of which carry out fur and end products, another 16 of which are semi-processing factories (Bayarsaikhan-Batbayar 2018, SDC, 2015).

Leather industry in the world

With the advancement of rapid information technology and liberalization, globalization takes place faster than before and the global geographical barrier narrows down day by day. The faster globalization stimulates world economic integration, which can create gains or losses for stakeholders involved in the leather value chain, depending on their relative positions. Both developing and LDCs could expand their businesses either in the domestic or the international market. The main indicator of actors' gain or loss depends on the competitive ability of how stakeholders embedded in the global value chain and the position of the lead firms in the market. Countries that are strongly dependent on one or a few sectors have many barriers to accessing the international market because of fierce competition and low-level capacity, furthermore less experience in playing in the international market (Bekele-Avele, 2008). As a result of globalization, inequality among developing countries and within actors might increase more in developing countries, which could adversely impact poverty. One of the most effective ways of mitigating possible adverse impacts from inequality and fierce competition is sustainable economic growth for developing or LDCs (Kaplinsky-Morris, 2001). The agriculture sector has been playing a key role in poverty alleviation, providing food, and ensuring sustainable development for a long time.

Therefore, it is important to take into consideration all processes involved in global trading, including fair competition, environmental issues, and resource efficiency. Indian leather processors and producers have faced upgrading technology in activities related to processing and production because of government policy of increasing environmental protection standards. As a result of the government, measures that have taken place in India, both unhygienic and hazardous working conditions and environmental pollution has been drastically reduced (Roy, 2012; Nagy et al. 2022). The actors of the global leather value chain can make a significant contribution not only to the economy, but also to health, the environment, and other socio-economic issues. After the global financial and economic crisis in 2007-2008, there has been a tendency of shifting leather production from developed to developing or LDCs, to attempt to decrease the final price of the product.

Lower prices could be good a chance for those developing or LDCs. The reason for considering production shifting from developed countries to developing or LDCs as a good chance is that a higher amount of production results in an increased export rate, which can alleviate poverty and increase employment from an economic perspective (Yamamoto, 2005). At the same time, a higher share of exports increases international dependency. So, one should take domestic and international stability into account to evaluate the effect of increasing export share (Goda et al., 2010). For instance, Rangarajan stated that around one percent of the increase in GDP output for any agricultural sector in India could raise industrial output by 0.5 percent and national income growth by 0.7 percent (Gunawardena, 2012). As mentioned in the study regarding the success factor for the increase in the leather sector export, which was conducted in South Africa, the population, GDP per capita, infrastructure development, and the relationship between regions are the main factors.

The global meat demand has increased due to global population growth, which led to producing raw material supply in the leather sector in every corner of the world at a constant level. Less consumption of red meat among people in developed countries negatively affects the raw material supply in the leather sector. This can be seen in statistical information about the raw material imports from developing or LDCs. The leather and leather product producers in developed countries are required to import more bovine raw materials from developed countries, which were considered raw materials with surface defect or other structural errors before (UNIDO, 2010).

The review conducted to investigate the challenges towards the value addition of the leather sector in Africa showed that the high pricing of raw materials causes a lower number of finished

products and a decrease in production volume. In recent years, infrastructure development has been performed in many African countries to attain more accruals from the leather sector. (Mwinyihija -Quiesenberry, 2013). The study conducted in Ethiopia showed that the price of each exported product at the global market and the domestic exchange rate are crucial factors for export in the long term, while the equilibrium of the domestic market's demand and supply, and demand of the world leather market are important factors in the short run. It proves that all businesses, either running the business at the domestic market or international market, depend on the global markets, so each actor in the value chain in the leather sector has to be linked well to be more efficient and productive because of individual efficiencies being less important in the global leather market context.

However, globalization and information technology development narrow down the geographical barriers and provide an opportunity for equal access to the global market for developing or LDCs (Madlenak et al., 2023, Tóth et al. 2008). For developing countries, lack of government support with respect to enabling the environment, availability of resources, and efficient and effective coordination in value chains account for the development barrier in the leather sector. The governmental policy toward increasing competitiveness of the leather value chain actors can be implemented by some steps of supporting small and medium scale (SME) producers disadvantaging in the VC because of lack of investment for technology and raw material purchasing, lack of contact with market players and lead firms, and based on the traditional techniques (Memedovic - Mattila, 2008, SDC, 2015, Guritno, 2016,).

Material and method

This study, first, is exploratory in nature, so we adopted the qualitative research method to investigate the potential barriers facing the export of the Mongolian leather industry. Both primary and secondary data are used to investigate the barriers to the leather industry in Mongolia in general. Then we narrowed down themes raised from the collected data related to the export issues. The documents issued by government agencies, private and public entities, international organizations, and NGOs are also used as secondary data sources. As for primary data, we conducted a semi-structured interview with leather processors in Mongolia so as to familiarize ourselves with the current situation more deeply. The selection process of companies is based on companies' capacity, experience, and especially interest to participate in this research.

Semi-structured interview: Twenty-five-minute interview conducted with the directors and managers of the selected companies regarding issues on procurement, raw material preparation process, quality of raw materials, and export-related issues that led to the low-level export share.

Overall, 18 participants who run leather processing factories and tanneries were interviewed in Mongolian language in 2019, 6 of whom were small-sized tanneries, 8 were medium-sized hides and skins processors, and 4 were manufacturers. In Tables 1 and 2, a breakdown of the participants is presented based on their business type, running activity, and capacity. Before conducting interviews with participants in advance, we drew out five types of general themes regarding problems that might occur in transition countries, which were used as a just general guideline during the interview to prevent any potential deviation and use time efficiently. In addition to this, only one researcher acted as an interviewer to avoid any interviewee-related bias. Altogether, the interview lasted around 25 minutes, and we extracted three main themes from participants' responses, which can be seen in the results part in more detail.

Results

As of today, there are 34 hides and skins processing factories in Mongolia, 32 of them are in Ulaanbaatar and 2 are in Darkhan, which is the second-largest city. Moreover, 16 companies do semi-processing and two of them do only fur processing while the rest of the companies carry out final processing. 18 companies that participated in this study are all located in Ulaanbaatar and fall into the category of small to large-scale (SME) enterprises.

Table 1. Participants' information

Types of activity	Number	Capacity (hides/per day)
Tannery	6	Up to 200 pieces
Hides and skins processor	8	200 - 1000 pieces
Manufacturer	4	Above 1000 pieces
Total	18	

Source: The authors' own collected data based on a questionnaire from participants, 2019

Table 2. The capacity of hides and skins processing companies in Mongolia

Types of activity	Number	Capacity (skins/per day)
Small scale tanneries	7	Up to 200 pieces
Medium-scale factories	9	200-1000pieces
Large scale leather processor	18	Above 1000 pieces
Total	34	

Source: SDC, 2015

From the collected data, we, first, drew out three main barriers hindering potential export development for leather processing enterprises in Mongolia. Almost all participants highlighted the following three issues during the interview.

Raw material-related barriers

Raw material quality is one of the crucial ingredients that help to produce qualified end products for manufacturers. All participants noted that they lose their competitive advantage at the stage of processing their purchased raw materials. Because they usually discard more than 40% of total purchased raw materials during the processing phase caused by low-level quality. Reasons for that the traditional slaughtering method damage hides and skins to a great extend and animal skin health issues as well create invisible damages from outside on the surface of the hides and skins. Also, participants underlined that treatment after slaughtering is needed to be done in a quicker manner according to the proper technology. Extending this line of inquiry, almost all participants pointed out that the processor costs a lot of money because of low raw material and poor procurement system. Also, due to poor quality raw materials, end products quality does not meet world standard either the unit price for per end products increases that is very expensive compared to the same kind of products at the world market. Both processors and manufactures pointed out that location nearby to the world one of the biggest market, China, has both pros and cons, which creates significant negative impact on tanneries, processors and manufacturers because they have no choice

to export semi-processed raw material to China without adding less amount of value and then the manufacturer in China produce end product adding more value using their semi-processed raw material “ wet blue” and exports them to the world market. Although exporting semi-processed raw materials to China is considered to be export, it also comes up with some negative impacts on the environment, low-value addition, and reduction in production for domestic manufacturers.

Financial means-related barriers

Almost all participants mentioned they have financial problems that hinder their potential export development. Most of them source money from commercial banks with high loan interest for the short run which in turn causes a shortage in turnover. Financial problems impede both processors and manufacturers from purchasing large quantities of raw materials when they need them. Although the government of Mongolia initiates soft loans and grants to support small and medium-sized enterprises (SMEs), the financing process is provided by commercial banks, so the interest rate is slightly different from the commercial bank loan program. This financial situation also reduces the ability to upgrade factory equipment, introduce new technologies, and keep pace with global markets. In addition, because of financial instability, participants are not able to maintain their human resources on a regular basis, and their salaries are not competitive, so there is a lack of a stable labor force. In a broader context, participants concluded that they are unable to compete in world markets due to a lack of funding and they cannot be involved in the international trade fairs, as well as renew their technology and innovation.

Network related barriers

Another barrier proposed by the participant barrier participants proposed was a lack of a network that helps to build vital connections with other actors in the world’s leather value chain. It implies that the manufacturers in Mongolia barely are not able to get connected with the world’s leading actors in the global market because of a lack of finance and networking. In the business environment, it is very crucial to have connections with other actors, which helps eventually the actors in the developing world to get a big share of the world market. Unfortunately, according to this study, networking possibilities with other actors in the global market are low for processors and manufacturers in Mongolia and they mostly export their semi-processed raw material to the closest market, China, or Russia. Even though participants have an interest to be involved in the foreign market, it brings about trouble in case they have no skilled managers who have experience in international trade and sufficient amount of funds to search for potential partners from outside.

Conclusion and suggestions

Even though this study topic covers potential barriers that might occur for manufacturers in transition countries, the result is only based on a single case “Mongolia”. That is why it might be different in other transition countries because of different business settings. In addition, this study only measured the potential barriers on a single sector” Leather processors and manufacturers”, therefore further studies should be conducted on different settings and different sectors separately to reveal what hinders the potential development of each sector in all transition countries. During the interview, the participants mentioned several other problems that may cause a low level of export, but we chose only three of them are the main barriers based on the mentioned frequency.

As far, in Mongolia, the internationalization phenomenon is considered only an export practice, so developing export is one of the crucial paths to thrive in future internationalization. In line with the result of our study, we concluded that the policymakers must be concerned about issues related to raw material quality, lack of finance, and poor networking with international actors in a quicker but effective manner. The formerly conducted research also pointed out that there are the same kinds of barriers causing the low-level export or internationalization toward manufacturers in the transition countries.

References

- Bekele, M, Ayele, G & Abeba, A. (2008). The leather sector: Growth strategies through integrated value chain. Ethiopian Development Research Institute (EDRI), Addis Abeba, Ethiopia.
- Bayarsaikhan., T & Batbayar., D (2018) The study of the current situation and future trends of the leather industry was commissioned by the Mongolian Leather Industry Association (MALI)
- Erdeiné Késmárki-Gally, Sz. (2014): The market-oriented production system as a part of agricultural innovation. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economist*. SERIA. Poland, XVI (6): 213–219. pp. <https://doi.org/10.7896/j.1215>
- Fenyvesi, L. – Késmárki-Gally, Sz. (2005): Marketing Oriented Technology Development of Vegetables Production on Arable-Land. 33rd International Symposium on Agricultural Engineering. Faculty of Agriculture Actual Tasks on Agricultural Engineering. Opatija, Croatia, 21–25 February 2005. 425–433. pp.
- Gebrewahid, G. G. (2016). *Export Barriers and Competitiveness of Small and Medium-sized Enterprise in Developing Countries: Case study in Ethiopian Leather Footwear Manufacturing Firms*. Center for African Development Policy Research. https://scholarworks.wmich.edu/africancenter_icad_archive/133
- Goda, P.; Goda-Bének, R; Tóth, T.; Ökrös, I. (2010) Dilemmas of the integrated and non-integrated regional and rural development strategies. In: Peter, Bielik (ed.) *Global economy challenges and perspectives: book of abstracts of scientific papers*. Nitra, Slovakia: Slovak University of Agriculture in Nitra pp. 1487–1519. 33 p.
- Kaplinsky, R & Morris, M. (2000). *A handbook for value chain research* (Vol. 113). Brighton: University of Sussex, Institute of Development Studies.
- Kahiya, E.T. (2013). Export barriers and path to internationalization: A comparison of conventional enterprises and international new ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 11(1), pp. 3–29.
- Madlenak, R., Madlenaková, L., Tóth, T., Neszmélyi, G. I. (2023). Global postal e-commerce delivery network: trade solution for small and medium enterprises to enter global market. *Engineering for Rural Development* 16: 1 pp. 777–783. <https://doi.org/10.22616/ERDev.2023.22.TF154>
- Memedovic, O. and Mattila, H (2008). The global leather value chain: the industries, the main actors, and prospects for upgrading in LDCs. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, 1(4), pp. 482–519.
- Mwinyihija, M. (2018). *Value Creation and Opportunity Management in Africa's Leather Sector*. Rowman & Littlefield.
- Mwinyihija, M. and Quisenberry, W. (2013). Review of the challenges towards value addition of the leather sector in Africa. *Global Advanced Research Journal of Management and Business*, 2(11), pp. 518–528. [International Scientific Conference Engineering for Rural Development 2023 \(Ibtu.lv\)](https://doi.org/10.7896/j.1215)

- Nagy, H.; Neszmélyi G. I.; Abdulkadr, A. A. (2022). The Role of Agricultural Production and Trade Integration in Sustainable Rural Development In: Management Association Information Resources (ed.) Research Anthology on Strategies for Achieving Agricultural Sustainability, IGI Global, pp. 909–926 Paper chapter 48. ISBN: 9781668453537
- Roy, C. (2012). A study on environmental compliance of Indian leather industry & its far-reaching impact on leather exports. *Foreign Trade Review*, 47(2), 3–36. <https://doi.org/10.1177/0015732515120201>
- Swiss Agency for Development and Cooperation (SDC) (2015): *Final report on the study of value chains for live animals, meat and hides, and skins in Mongolia.*
- Tóth, T.; Villányi, J.; Péter, B.; Káposzta, J. (2008). Global environment change and food security: a socio-economics perspective. *Cereal Research Communications* 36: 1 pp. 1771–1774., 4 p.
- The National Statistical Bureau of Mongolia website: <https://1212.mn/>
- UNIDO, 2010. Future trends in the world leather and leather products industry and trade
- World Bank Mongolia (2019). *Agricultural Productivity and Marketing Study.*
- Yamamoto, G.T. (2005). Analyzing Japanese General Trade Companies ‘Sogho Shosha’s as a System (master’s thesis, Marmara University, Social Sciences Institute).

Authors

György Iván Neszmélyi

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0707-5403>

Professor

Milton Friedman University, Department of International and Political Studies

E-mail: neszmelyi.gyorgy@uni-milton.hu

Ulziimaa Altnaa

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6127-3913>

Ph.D. Candidate

Budapest Business University, Budapest, Doctoral School of Entrepreneurship and Business, Hungary

Email: ulziimaa.altnaa.28@unibge.hu

