

ACTA CAROLUS ROBERTUS

Az Eszterházy Károly Egyetem
Gyöngyösi Károly Róbert Campusának tudományos közleményei

Alapítva: 2011

LÍCEUM KIADÓ
Eger, 2020

10 (1)

Főszerkesztő:
Bujdosó Zoltán

Felelős szerkesztők:
Hágen István
Csernák József
Kovács Gyöngyi

Szerkesztőbizottság:

- Bandlerova, Anna – Slovak University of Agriculture in Nitra, Szlovákia
Baranyi Aranka – Eszterházy Károly Egyetem
Csernák József – Eszterházy Károly Egyetem
Dávid Lóránt – Eötvös Loránd Tudományegyetem
Dinya László – Eszterházy Károly Egyetem
Fodor László – Eszterházy Károly Egyetem
Florkowski, Wojciech – University of Georgia, Egyesült Államok
Furgała-Selezniow, Grażyna – University of Warmia and Mazury, Lengyelország
Ivolga, Anna – Stavropol State Agrarian University, Oroszország
Kerekes Kinga – Babeş-Bolyai Egyetem, Románia
Kozuch, Barbara – Jagelló Egyetem, Lengyelország
Liebmann Lajos – Eszterházy Károly Egyetem
Nagy Péter Tamás – Debreceni Egyetem
Przygodska, Renata – University of Białystok, Lengyelország
Réthy István – Eszterházy Károly Egyetem
Szabóné Benedek Andrea – Eszterházy Károly Egyetem
Szilágyi Ferenc – Partiumi Keresztény Egyetem, Románia
Szűcs Csaba – Eszterházy Károly Egyetem
Takács István – Óbudai Egyetem
Takácsné György Katalin – Óbudai Egyetem
Tamus Antalné – Eszterházy Károly Egyetem

ISSN 2062-8269 (Nyomtatott)

ISSN 2498-9312 (Online)

A kiadásért felelős
az Eszterházy Károly Egyetem rektora
Megjelent az EKE Líceum Kiadó gondozásában
Kiadóvezető: Nagy Andor
Felelős szerkesztő: Domonkosi Ágnes
Nyomdai előkészítés: Csombó Bence
Megjelent: 2020-ban



TARTALOM

Bata Miléna, Benedek Andrea Álláskeresési trendek Heves megye munkavállalói körében.....	5
Czeglédi Csilla, Veresné Valentinyi Klára, Borsos Eszter, Szira Zoltán, Varga Erika Az áhírljelenség a közösségi oldalakon.....	17
Imola Cseh-Papp, Erika Varga Labour market effects of public work: Hungary's example.....	31
Domoszlai Georgina, Szűcs Antónia A falusi turizmus helyzetének elemzése Gyöngyöspatán.....	47
Gupcsó Katalin Inkluzív pedagógia.....	57
Réka Hegedűs, László Csóka, Mária Töröcsik The attendance about sport events of the 50+ cohorts.....	69
Lenténé Puskás Andrea, Pucsok József Márton, Hidvégi Péter, Bíró Melinda Debreceni fitnessszolgáltatók kínálatának elemzése.....	81
Molnár Edina Az empátia, a szorongás és a személyiség szerepe a reklámok által kiváltott vásárlási döntésekben	95
Szabó Róbert Heves megye területfejlesztésének főbb aspektusai.....	111
Szóke Brigitta, Cuprik Vanda A pontkiosztás módszere a közbeszerzési eljárásokban egy konkrét példán keresztül	123
Li Tianyi, Zoltán Bujdosó Sustainable tourism in Dali (progress, challenges and opportunities).....	141
Anett Tőzsér Exploring sustainable development through the example of the Csíksomlyó Shrine.....	149

Yevgine Vardanyan Theoretical Analysis of the Social Protection and Related Concepts	159
Varga Zoltán, Csákvári Tímea Fenntartható turizmus	167
Gábor Veres Folk culture as a tourist attraction in a metropolitan environment.....	181
Attila Verók Tourismus generierende Rolle des lokalen kulturellen und ökologischen Erbgutes – am Beispiel von Oradea/Nagyvárad/Großwardein und Eger/Erlau.....	189
Marine Yarmaloyan The social protection system in post-soviet Armenia: main issues and possible solutions	203
Lektorok listája.....	211

ÁLLÁSKERESÉSI TRENDEK HEVES MEGYE MUNKAVÁLLALÓI KÖRÉBEN

Bata Miléna – Benedek Andrea

Összefoglalás

Elméleti háttér: Az elmúlt évtizedekben, különösen a 2000-es évek óta, a HR-innováció és az azokhoz kapcsolódó trendek a globális üzleti világ fontos kérdéseivé váltak. A témát sok megközelítésből vizsgálták már, mégis – állandó változása miatt – a mai napig a tudományos élet különleges és érdeklődésre számot tartó területe maradt. Jelen kutatás az álláskereső munkahelyválasztási döntést befolyásoló tényezőit vizsgálja.

Kutatási cél: A kutatás elsődleges célja, hogy feltárja a munkakeresők álláskereső preferenciáit, a választott álláskereső platformokat. Továbbá célja volt, hogy megismerje, mely tényezők befolyásolják munkahelyválasztási döntéseiket.

Anyag és módszer: A primer kutatás lefolytatására Magyarországon élő álláskereső körében 2019-ben került sor. A kutatás adatbázisát a Heves megyében élő munkaképes korosztály kérdőíves lekérdezése képezte.

Kutatási eredmények: Az empirikus kutatás fontos eredménye, hogy a munkahelyválasztási döntést befolyásoló tényezők alapján (egyéni készségek, képességek; egyéni készségeket vállalati oldalról támogató és külső környezeti tényezők szerint) sikerült három egymástól jól elhatárolható, releváns álláskereső csoportot azonosítani, melyek a következők voltak: vállalati támogatást fontosnak tartó csoport, a semleges és az egyéni készségek önálló fejlesztését fontosnak tartó szegmens. Ezek az álláskereső szegmensek – a munkahelyválasztási döntést befolyásoló tényezőket tekintve – karakterisztikusan eltérnek egymástól, így a jövőbeli lehetőségek szempontjából ezek a szegmensek jól pozícionálható és jól megcélozható csoportokat képeztek.

Kulcsszavak: álláskereső, személyi szolgáltató/tanácsadó, humán erőforrás, munkavállalói döntések

JEL: D83

TRENDS IN JOB SEARCH AMONG THE JOB-SEEKERS IN HEVES COUNTY

Abstract

Background. In the last few decades, especially since the 2000s, the HR innovation and new trend at the field of human resource have become important issues. This field has been studied from several different angles, however, because of its constant change it is still an area of interest.

The present study focuses on the factors influencing job choice decision from the job-seeker point of view.

Research aims. The primary research examines the job search preferences of job-seekers and the chosen job search platforms. Other hand the research was to find out the factors influencing the job choice decision of job-seekers.

Methodology. A primary research was carried out among job-seekers in Hungary in 2019. The target population comprised the working age population in Heves county This research focuses on presenting the results and findings of the quantitative analysis based on the responses given by the jobseekers.

Key findings. An important result of the empiric research is that regarding the factors influencing their job choice decision three different job-seeker groups were identified. These are the followings: corporate support emphasized segment, neutral and self-development of the individual skill emphasized segment. The mentioned groups can be clearly distinguished from each other based on their job choice decision, hence the groups can be very well positioned and targeted.

Keywords: *job-seeker, personal adviser, human resource, job-choice decision*

Bevezetés

A technológiai és gazdasági fejlődés gyorsulása mindannyiunkat kihívások elé állít nap mint nap mind magánemberként, mind munkavállalóként. A legnagyobb kihívást, illetve egzisztenciánk alapját azonban mégis a munkánk jelenti, hiszen az elvégzett munkáért cserébe kapott jövedelemből tartjuk el magunkat és családjunkat. A multinacionális vállalatok térnyerésével felértékelődött a személyzeti szolgáltató cégek jelenléte a munkaerőpiacon, illetve segítségükkel mára az álláskereső is sokrétűbbé, egyszerűbbé vált. Amennyiben kapcsolatba kerülünk egy szolgáltatóval, egyszerre akár több pozíciót is megismerhetünk, illetve képet kaphatunk a piaci helyzetről, tanácsot kérhetünk álláskeresőnként illetően. Ezen cégek sikere nem csupán attól függ, hogy milyen gyorsan tudnak reagálni a piaci környezet változásaira, hanem hogy mennyire kapcsolhatóak az egyes tevékenységek, mennyire professzionális az állomány, illetve hogy a szolgáltatások köré felépített branddel hatékonyan megszólíthatóak-e a potenciális munkavállalók. Ám a személyzeti tanácsadók szerepe is háttérbe szorulhat a jövőben, mivel a jelenlegi nemzetközi prognózisok azt mutatják, hogy a mobilos platformok előtérbe kerültek. A munkaerőpiaci trendeket támasztja alá a Deloitte által 2018-ban végzett kutatás is, mely szerint az álláskereső ma már elsődlegesen a virtuális platformokon megy végbe. A digitalizációnak köszönhetően a tanácsadó cégek saját karrieroldallal is rendelkeznek, Majó (2007) megközelítésében ez lehetőséget ad a személyre szabott állásajánlatok nyújtására, mely – mivel kifejezetten személyes – fontos szerepet jelent a bizalom, ezáltal a jelöltekkel történő hosszú távú együttműködés kialakulásában. Davis (2004) szerint éppen a végbemennő digitalizáció miatt bizonyos HR-funkciók a jövőben meg is fognak szűnni, a kérdés csupán az, hogy mikor?

A kutatási problémát az jelentette, hogy hogyan hat a digitalizáció az álláskeresői preferenciákra a munkaerőpiacon, ez alapján a következő cél és hipotézis került megfogalmazásra:

C1: A válaszadók álláskeresői preferenciáinak vizsgálata.

H1: Az álláskeresők elsősorban az online platformokat részesítik előnyben álláskeresőik során.

C2: A munkavállalók munkahelyválasztási döntését befolyásoló tényezőinek vizsgálata.

H1: Az álláskeresők számára fontosak az egyéni képességeiket támogató vállalati tényezők.

Anyag és módszer

A primer kutatás során kvantitatív jellegű, kérdőíves megkérdezésre került sor a Heves megyében élő munkaképes korosztály körében. A lekérdezés online és a személyes megkérdezés módszerével, 2019-ben történt. A kutatás adatbázisát képező kérdőívet 205 fő válasza képezték.

Eredmények

Demográfia

A kitöltési hajlandóságot tekintve a nők aktívabbak voltak (143 fő), a férfiak a kitöltők egyharmadát (62 fő) tették ki.

A válaszadók megoszlását gyermekeik száma szerint is megfigyeltük: 51,7%-uk gyermektelen, 18%-uknak egy, 24,3%-uknak kettő gyermeke van. A megkérdezettek csupán 6%-ának (12 fő) van 3 vagy annál több gyermeke.

A válaszadókat családi állapotuk szerint hét csoportra osztottuk, és lehetőséget adtunk arra is, hogy ezen kérdés tekintetében ne kelljen megjelölniük választ. 38%-uk házas, 20,9%-uk párkapcsolatban, 17%-uk pedig élettársi kapcsolatban él. A válaszadók kevesebb mint negyede él házasként külön háztartásban, egyedülállóként, elváltként vagy özvegyként.

A válaszadók 62,9%-a főiskolát vagy egyetemet végzett, 20,4%-a középiskolai érettségit szerzett, 16,7%-uk szakiskolát/szakmunkásképzőt végzett. 1 fő általános iskolai végzettséggel rendelkezik. Jelentős részük (46,8%) nettó jövedelme 200–400 ezer forint között mozog, 25,8%-uk 100–200 ezer, 15,1%-uk 100 ezer forint alatti nettó jövedelmet szerez havonta.

A kérdőívkitöltők 79,5%-a szellemi munkát végez, de majd negyedük fizikai munkából él.

Álláskeresési preferenciák

Álláskeresési platformok

Az álláskeresési preferenciák vizsgálata során az első kutatási cél az volt, hogy feltárjuk, milyen platformokat részesítenek előnyben ma az álláskeresők, a kutatás a következő eredményt hozta.

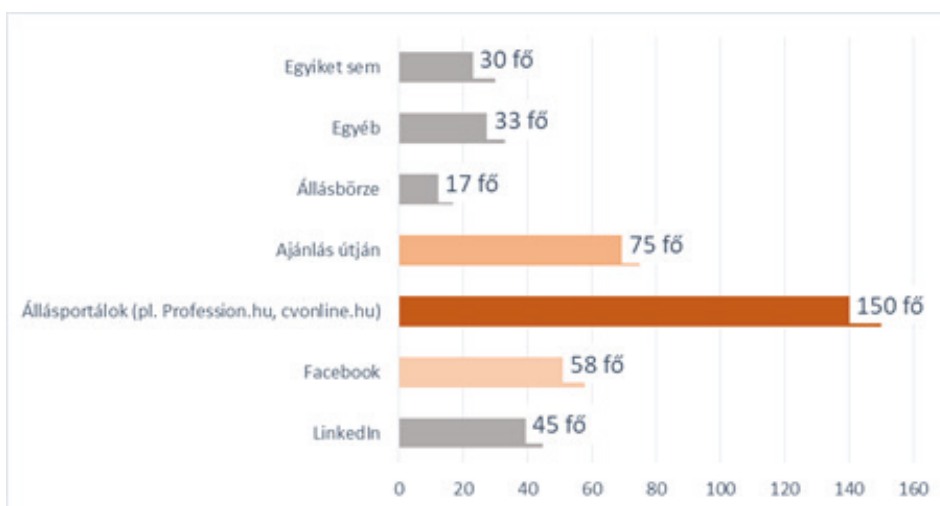
A megkérdezettek legtöbbször az online platformokat (profession.hu, cvonline.hu), az állásportálokat használják keresésük során. A minta 75%-a az álláskeresés ezen formáját részesíti előnyben.

Ezzel *H1 hipotézis igazolást nyert*, mely szerint: *Az álláskeresők elsősorban az online platformokat részesítik előnyben álláskeresőik során.*

A második legnépszerűbb álláskeresői mód azonban még mindig a személyes ajánlás, a válaszadók mintegy 36%-a ilyen módon keres állást. Ezt követi egy újabb online felület, a Facebook, illetve a LinkedIn.

Látható, hogy bár napjainkban a trendek azt mutatják, hogy a mobilos platformok használata egyre népszerűbb, Heves megyében még mindig jelentős a személyes ajánlás útján történő keresés is (1. ábra). Míg az állásportálok használata elsősorban kényelmi szempontok miatt örvend népszerűségnek – vagyis azért, mert a mobilalkalmazás bárhol és bármikor elérhető felület az álláskeresők számára, addig a személyes ajánlás alapja egyfajta bizalmi kapcsolat. Ha megbízunk valakiben, valószínű, hogy elfogadjuk az ajánlott vállalatról kapott információkat, és szívesen pályázunk egy-egy nyitott pozícióra. Az *'employer branding'*, azaz a *munkáltatói márképítés* szempontjából ez egyáltalán nem elhanyagolható tényező, hiszen amíg a személyes ajánlásnak nagy szerepe van az álláskeresőben, addig mind a munkavállaló, mind pedig a munkáltató számára jól használható költség- és időtakarékos eszköz lehet a toborzásra azáltal, hogy a jelöltek tulajdonképpen *„házhöz jönnek”*.

Munkavállalói oldalról pedig különösen a kis- és középvállalatok körében a személyes ajánlás útján történő álláskeresői kezdeményezés növeli a pályázó esélyeit.



1. ábra: A válaszadók által leggyakrabban használt álláskeresői platformok

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves megkérdezés alapján, 2019. (n=205)

Munkahelyválasztási döntést befolyásoló tényezők

A munkavállalók munkahelyválasztási döntését befolyásoló tényezők vizsgálata során egy 9 kérdésből álló kérdéssort állítottunk össze a szakirodalmi áttekintések alapján,

melyeket a válaszadóknak 1–7-ig terjedő skálán kellett értékelniük. A többváltozós vizsgálatok megkezdése előtt faktoranalízis során redukáltuk a kérdéseket, a vizsgálattal célunk volt, hogy a változók közötti kapcsolatokat feltárjuk.

Mivel a kérdőív skálakérdései előzetes kutatásokra alapozva (Twombly L. A., 2007) kerültek összeállításra, így a primer vizsgálat alkalmával konfirmatorikus jellegű elemzés történt.

A munkavállalók munkahelyválasztási döntését befolyásoló tényezőcsoportok vizsgálatakor a faktoranalízis három faktort azonosított (ld.:1. táblázat), melyek közül:

- az első és egyben a szórást a legmagasabb értékkel magyarázó tényezőcsoport az *egyéni készségek, képességek faktor*,
- a második az *egyéni készségeket, képességeket vállalati oldalról támogató faktor*,
- a harmadik a *külső környezeti tényezők faktorok* voltak.

<i>egyéni készségek, képességek (elsőleges) faktor</i>	
• Fontosnak tartom az élethosszig tartó tanulást	,999
• Szeretném tanulmányaimat magasabb szinten folytatni	,717
• Fontos számomra, hogy képzettségemnek és szakmai tapasztalataimnak megfelelő munkám legyen	,221
<i>egyéni készségeket, képességeket vállalati oldalról támogató (másodlagos) faktor</i>	
• A vállalatomnál lehetőségem van a karrierem építésére	,813
• A vállalatomnál nagy hangsúlyt fektetnek a munkavállalók egyéni készségeinek fejlesztésére	,796
• Rendszeresen részt veszek a vállalat által támogatott szakmai képzéseken	,656
<i>külső környezeti tényezők (harmadlagos) faktor</i>	
• Úgy gondolom, könnyű elhelyezkedni a szakmámban	,627
• Úgy gondolom, nincs okom féltetni az állásomat	,625
• Úgy gondolom, bérezésem emelkedni fog az elkövetkezendő években	,498

1. táblázat: A többváltozós vizsgálat során meghatározott munkahelyválasztási döntést befolyásoló faktorok

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves megkérdezés alapján, 2019. (n=205)

A munkahelyválasztási döntést befolyásoló faktorok kialakítása után a munkavállalók közötti kölcsönös összefüggést kívánta feltárni a kutatás, ezért a továbbiakban klaszteranalízisre került sor, hogy feltárja, vajon a mintában részt vevő munkavállalók homogén csoportokba rendezhetők-e?

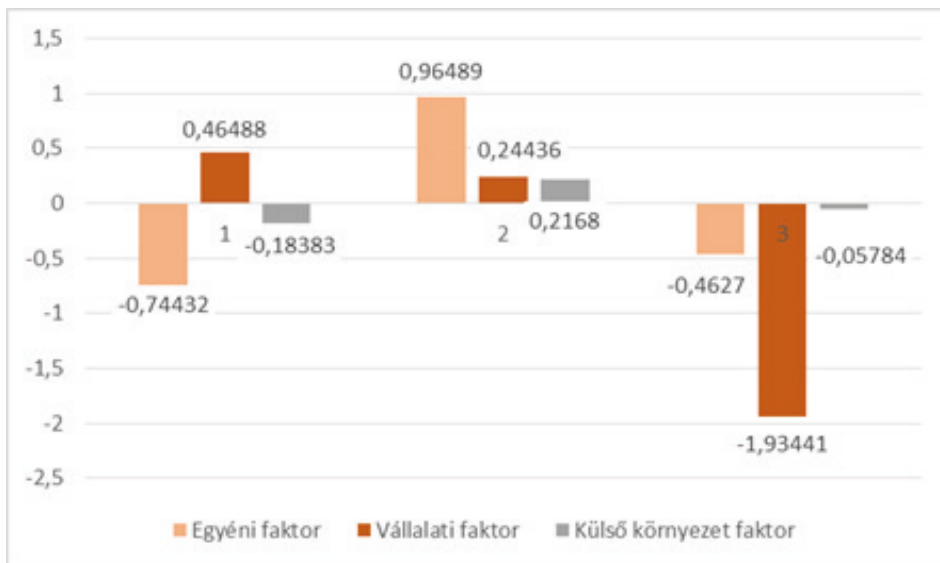
A klaszterelemzés három egymástól jól elkülöníthető csoportot azonosított, az egyes klaszterekhez tartozó elemszámok megoszlását a 2. táblázat mutatja.

A klaszterek sorszáma	A klaszterek megnevezése	A klaszterek elemszáma	A klaszterek aránya
1. klaszter	Vállalati támogatást fontosnak tartók csoportja	89 fő	43,4%
2. klaszter	Egyéni készségek önálló fejlesztését fontosnak tartók csoportja	84 fő	40,9%
3. klaszter	Semlegesek csoportja	32 fő	15,7%
	Összesen	205 fő	100,0%

2. táblázat: A vizsgálat során azonosított klaszterek megoszlása

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves megkérdezés alapján 2019. (n=205)

A vizsgálat eredményeit az alábbi diagram ábrázolja (1. ábra).



1. ábra: A munkahelyválasztási faktor skálán elért átlagos összpontszámok az egyes klaszterekben (Zscore)

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves megkérdezés alapján 2019. (n=205)

Látható, hogy az első klaszterbe (*vállalati támogatást fontosnak tartók csoport*) azok a munkavállalók tartoznak, akik számára az egyéni képességeket támogató vállalati tényezők élveznek preferenciát. Ez az eredmény igazolta a H2 hipotézist, mely szerint: *Az álláskeresők számára fontosak az egyéni képességeiket támogató vállalati tényezők*, vagyis az, hogy a leendő munkáltató megfelelő mértékben járuljon hozzá és támogassa egyéni készségeik, képességeik fejlődését, mert ezen a faktorskálán szereztek a legmagasabb pontokat.

Ezzel szemben a második csoport (*egyéni készségek önálló fejlesztését fontosnak tartók csoport*), bár valamennyi tényezőt lényegesnek tartja, leginkább a saját, egyéni készségfejlesztésére alapoz, mert ezen a faktoron szerezte a legmagasabb pontokat.

A harmadik klaszter (*semleges csoport*) tagjai tulajdonképpen egyik tényező fontosságában sem bíznak igazán: legkevésbé a vállalat támogatását tartják elképzelhetőnek, és inkább a külső tényezőket tartják befolyásolónak a munkahelyválasztás során. Választásukat a folyamatosan változó gazdasági, szociális, politikai környezetük változása és adott egyéni élethelyzetük befolyásolja.

Összességében elmondható, hogy valamennyi klaszter kialakításában az „*egyéni készségeket, képességeket vállalati oldalról támogató (másodlagos) faktor*” volt a legmeghatározóbb, melyet az ANOVA tábla F értéke (242,356) is igazolt ($p < 0,05$).

Következtetések, javaslatok

Összességében elmondható, hogy az álláskeresés elsődleges platformja a virtuális tér. Mindemellett a személyes, ismerős általi ajánlás még mindig fontos szerepet tölt be a munkakeresés során Heves megyében, mely elsősorban bizalmi kapcsolatokban jellemző.

A későbbiekben elképzelhető, hogy a nemzetközi trendekhez hasonlóan az online platformok nagy mértékben vagy akár teljes egészében képesek lesznek kiváltani a személyes érintkezést, ideértve – személyzeti tanácsadó cégek esetében – az irodákat is. De jelenleg Heves megyében ez a dominancia még nem észlelhető oly mértékben, mint azt a nemzetközi trendek prognosztizálják. A válaszadók közel felét, a *vállalati támogatást fontosnak tartók csoportját* a vállalati tényezők befolyásolják elsősorban, elvárásaik vannak a céggel szemben, hogy támogassák a karrierépítésük folyamatát, biztosítsanak lehetőséget a készségeik és képességeik fejlesztéséhez, illetve a szakmai képzéseken való részvételükhöz.

A második munkavállalói szegmens (*az egyéni készségek önálló fejlesztését fontosnak tartók csoportja*) számára jelentősége van az egyéni képességet támogató vállalati tényezőknek, illetve a külső tényezőknek is, azonban a munkahely megválasztásakor elsősorban azt veszik figyelembe, hogy egyéni képességeiket, készségeiket mennyire tudnák kamatoztatni az adott munkahelyen.

A harmadik szegmens (*a semlegesek csoport*) a vállalati tényezőket helyezi előtérbe jelentkezéskor, egyéni készségeik, képességeik másodrangú tényezők csupán. Ők azok a válaszadók, akik már bejártak egy bizonyos karrierutat, szakterületükön szeniornak számítanak, tapasztaltak, és előrelépési lehetőséget keresnek.

A fenti eredmények alapján a következő javaslatokat fogalmaztuk meg:

- A vállalatok fektessenek nagyobb hangsúlyt az employer brandingre, illetve a személyes ajánlási rendszereik kialakítására, mellyel elnyerhetik jövőbeli potenciális munkavállalóik bizalmát, és hatékonyabbnak bizonyulhatnak a piacon a versenytársaknál.
- Szükséges nagyobb hangsúlyt fektetni a passzív álláskeresőkre, ugyanis a megfelelő csatornán hatékony kommunikációs eszközöket felhasználva ők is sikeresen megszólíthatók, aktivizálhatók.

Források

- [1.] Davis, S. (2004): Itt a vég a HR számára? In Effron et al.: *HR a 21. században*. HVG Kiadó, Budapest.
- [2.] Majó Z. (2007): *E-HRM: az elektronikus emberi erőforrás menedzsment jelenségvilága – the webolution of HR*. Szegedi Tudományegyetem.
- [3.] Rose-Ackerman, S. (2001a): Trust and Honesty in Post-Socialist Societies. *Kyklos*, 54(2–3), pp. 415–443.
- [4.] Rose-Ackerman, S. (2001b): Trust, Honesty, and Corruption: Reflection on the State-Building Process. *European Journal of Sociology*, 42(3), pp. 526–570.
- [5.] Rusman, E. (2011): *The Mind's Eye on Personal Profiles. How to inform trustworthiness assessments in virtual project teams*. Open Universiteit.
- [6.] Twombly, L. A. (2017): *Factors that Influence Job Choice at the Time of Graduation for Physician Assistants*. Seton Hall University.
- [7.] Zmerli, S. – Newton, K. (2008): Social trust and attitudes toward democracy. *Public Opinion Quarterly*, 72(4), 706–724.
- [8.] 34. sz. egyezmény a díjat felszámoló munkaerő-közvetítő ügynökségekről. Letöltve: 2019.04.20.
- [9.] <http://2010-2014.kormany.hu/download/e/89/01000/34E.pdf>
- [10.] Adó Online, dr. Kártyás Gábor (2015): Kölcsönzés vagy közvetítés? Letöltve: 2019.04.13.

- [11.] <https://ado.hu/munkaugyek/kolcsonzes-vagy-kozvetites/>
- [12.] Deloitte, Elemzések (2018): Globális Humán Erőforrás Trendek – 2018. Letöltve: 2019.04.13.
- [13.] <https://www2.deloitte.com/hu/hu/pages/emberi-eroforras/articles/global-human-capital-trends-2018.html>
- [14.] ELTE Online, Ládonyi Zs. (2015): Mi a helyzet a magyar munkaerőpiacon? – válaszoltak a cégek. Letöltve: 2019.04.14.
- [15.] <http://elteonline.hu/kozelet/2015/04/13/mi-a-helyzet-a-magyar-munkaeropiacon-valaszoltak-a-cegek/>
- [16.] HR Portal: Íme a legismertebb szolgáltatók a HR piacon. Letöltve: 2019.04.13.
- [17.] <https://www.hrportal.hu/hr/ime-a-legismertebb-szolgáltatok-a-hr-piacon-20100930.html>
- [18.] Központi Statisztikai Hivatal. Letöltve: 2019.03.31.
- [19.] www.ksh.hu
- [20.] Milton Konferencia blog. Letöltve: 2015. október 20.
- [21.] http://miltonkonferencia.blog.hu/2010/03/01/dimenziovaltas_a_vezetesben
- [22.] Munkaügyi Levelek (2003): A kisvállalkozások világa „felfedezésre” vár. Letöltve: 2019.04.14.
- [23.] <https://munkaugyilevelek.hu/2003/04/szemelyzeti-tanacsadas/>
- [24.] Portfolio, Veres Dóra (2019): Ez már nem a jövő: van, ahol már robot interjúztatja a jelölteket. Letöltve: 2019.04.20.
- [25.] <https://www.portfolio.hu/vallalatok/ez-mar-nem-a-jovo-van-ahol-mar-robot-interjuztatja-a-jelolteket.318397.html>

Szerzők:

Bata Miléna

Eszterházy Károly Egyetem, Gyöngyösi Károly Róbert Campus
Vezetés és szervezés MSc (végzés éve: 2019.)
hallgató
batamilena@gmail.com

Benedek Andrea

Eszterházy Károly Egyetem, Gyöngyösi Károly Róbert Campus
Marketing és Vendéglátás Tanszék
adjunktus
benedek.andrea@uni-eszterhazy.hu



AZ ÁLHÍRJELENSÉG A KÖZÖSSÉGI OLDALAKON

Czeglédi Csilla – Veresné Valentinyi Klára – Borsos Eszter
Szira Zoltán – Varga Erika

Összefoglalás

Az utóbbi években hírfogyasztási szokásaink nagyon megváltoztak. Az újságok és folyóiratok papíralapú példányai helyett a közösségi média és az internetes hálózatépítés népszerűvé vált a fiatalok, a középkorúak és az időskorúak körében egyaránt. Megállapíthatjuk azonban, hogy a fiatalok azok, akik a legnagyobb mértékben kapcsolódnak a közösségi médiához. Az ellenőrizetlen információáramlás a téves információk és a hamis hírek megjelenéséhez is vezethet. Manapság alapvető és létfontosságú készség vagy technika az a képesség, hogy megkülönböztessük a dezinformációt a valóságon alapuló, valódi hírektől. Jelenleg folyó V4 nemzetközi kutatásunk keretén belül egy átfogó fókuszcsoportos kvalitatív kutatást végeztünk a szociális média és a bizalomépítés területén. Kutatásunkat 6 fókuszcsoportban a Gödöllői Szent István Egyetem budapesti képzési helyén folytattuk, hogy választ kaphassunk az olyan kérdésekre, mint pl. a hallgatók miért használják a közösségi médiát, mennyire fontos az önmegjelenítés, a hálózatépítés és az információkeresés a közösségi médiában, mennyire szórakoztató mindez számukra, és milyen veszélyekre kell figyelniük. A válaszok nagy részére számítottunk, ám néhány a várakozásokkal ellentétes volt.

Kulcsszavak: közösségi média, álhír, online, hírforrás, kommunikáció, poszt

JEL: D83

FAKE NEWS IN SOCIAL MEDIA

Abstract

Over the last few years our news consuming habits have changed a lot. Instead of paper-based copies of newspapers and magazines in circulation, social media and networking on the Internet have gained popularity among the young, middle aged and elderly alike. However, we can state that it is the young who are connected to social media to the greatest extent. As a result, the uncontrolled flow of information can also lead to the rise of misinformation and fake news. An essential and vital skill or technique nowadays is the ability to distinguish between disinformation and real, true news based on reality. Our current V4 international research included comprehensive focus group qualitative research on social media and trust building. Research was carried out in 6 focus groups at the Budapest Training Centre of Szent István University, Gödöllő to provide an answer to the issues of why students use social media, how important they find self-presentation, networking and information seeking in the social media, how fun it is for them, and what dangers they need to be aware of. Most of the answers were well expected by the researchers, however, some of them were contrary to the expectations.

Key words: *social media, fake news, online, source of news, communication, post*

JEL: D83

Bevezetés

Az elmúlt évtizedekben az olvasási szokások gyökeresen megváltoztak (Goyanes, 2014; Shu et al., 2017). A digitális platformok és a nyomtatott sajtó példányszámaiban bekövetkezett drasztikus hanyatlás azt jelzi, hogy a hagyományos hírforrások szerepét egyre inkább egy újfajta közeg tölti be (Meyer 2004; Ahlers, 2006), amely nem más, mint a közösségi média (Gil de Zuñiga, Weeks and Ardèvol-Abreu, 2017).

A Reuters Institute (2017) adatai szerint 36 ország online felhasználóinak több mint fele (54%) a közösségi médiát használja hírforrásként, egytizedük (14%) pedig az egyetlen, fő hírforrásként tekint rá.

Ez a digitális forradalom meginkább a kommunikáció területén mutatkozik. Gondoljunk csak olyan online platformokra, mint a Facebook, Twitter, Snapchat vagy YouTube, melyek lehetővé teszik az érzelmek, vélemények és információ megosztását.

A közösségi média hírfogyasztási szokásai azonban komoly aggodalomra is adnak okot, hisz lényegében ellenőrzés nélkül óriási mennyiségű újságírói tartalmat osztanak meg (Baum et al., 2017), és elvezetnek az álhírek fogalmáig, valamint azok gombamódszerű elterjedéséig (Gu et al., 2017).

Szakirodalmi háttér

Az álhír szót hallva a legtöbb ember a közösségi média posztjaira gondol, melyek fantasztikus, hihetetlen sztorikat újságnak el.

Az álhírek terjesztése a közösségi médiában önkéntes alapon történik egy szervezet vagy egyén részéről, amikor a cél olyan információ „előállítás” és terjesztése, melynek egy része vagy egésze nem valós, azaz hamis, és ezt kihasználva a közösség véleményét befolyásolják, ellentéteket szítanak, a társadalmat polarizálják, vagy épp anyagi haszon reményében teszik mindezt.

Bár az igazság egy darabját is magában hordozhatja az álhír, ez kisarkítva, eltorzítva jelenik meg, a környezetéből kiragadva és hamis részletekkel tarkítva. Az álhír sokszor valódi hírnek tűnik, mivel szavahihető, független szervezeteket utánoz.

Az álhír elnevezés nem egy terminus technicus, inkább politikai koncepció, amely konceptuális keretekbe ágyazódik (Lakoff 2002). Az álhír nem spontán, publikálási célokból jön létre, hanem inkább érdek fűződik hozzá, s az esemény megtörténte és igazságtartalma is megkérdőjelezhető. Álesemény lehet egy sajtótájékoztató vagy egy fizetett interjú; a PR-cikk viszont inkább a cég szolgáltatásai és termékei iránti bizalomépítő eszköz.

Egyes kutatók (például Attkisson, 2017) álhírnek tekintik a gúnyiratot, a kontextusból kiragadott információt, a ténynek beállított véleményt, az áltudományos híreket, az összeesküvés-elméleteket és az extrém elfogultságról tanúskodó bemutatást.

Összegezve: bár az álhír újdonságnak számít, valójában csak az azt hordozó platform, az internet tekinthető újnak, hisz a propaganda már régebben is jelen volt társadalmunkban.

2018. márciusában a Michigan State University kutatói, Soroush Vosoughi, Deb Roy és Sinan Aral egy cikket publikáltak a *Science* magazinban, melyet az eddigi legátfogóbb és legismertebb, az álhírekről írt tanulmányként tartunk számon. A szerzők definíciója szerint az álhír igazából dezinformáció, hazugság, hamis és kitalált történet. A kutatás során egy 12 éves időszak tweetjeit vizsgálták, különbséget téve az igaz/pontos és hazugságra épülő/hamis információ között 6 különböző, tényeket ellenőrző weboldal segítségével (factcheck.org, hoax-slayer.com, politifact.com, snopes.org, truthorfiction.com, és urbanlegends.about.com).

Vosunghi és szerzőtársai (2018) a fenti kutatás során azt találták, hogy a hamis információ jelentős mértékben messzebbre jut el, és gyorsabban, mélyebben és szélesebb körben terjed, mint az igazság, melynek hatszor annyi időbe telik a célközönség elérése. Az álhíreket tartalmazó posztokat 70%-os valószínűséggel újból megosztják.

Goyanes és Lavin (2018) olyan demográfiai tényezőket vizsgáltak, amelyek befolyásolják a téves politikai tartalmú információk megosztásának valószínűségét. Azok, akik valószínűleg megosztják a hamis politikai híreket, elsősorban a férfiak, az idősebb emberek vagy az alacsonyabb jövedelmű egyének.

Az Európai Unió Bizottsága 2017-ben hozta létre az álhírekkel és dezinformációval foglalkozó magas szintű szakértői csoportját (High-Level Expert Group on Fake News and Disinformation), mely definiálta a dezinformációval és álhírekkel kapcsolatos jelenséget, és javaslatot is tett a probléma kezelésére.

A kutatásban részt vevők 99%-a találkozott már álhírekkel, többnyire napi szinten a közösségi oldalakon vagy az online médiában. A legtöbb álhír a politika és a bevándorlás témájában születik. A hírek manipulálásán és hamis hírek terjesztésén túl a hamis közösségi profilok, kommentelés, twittelés is álhírnek számít. A megkérdezettek többsége ezért inkább a hagyományos médiát és a hírügynökségeket tekinti a legmegbízhatóbb hírforrásnak.

A fenti jelentés szerint a dezinformáció „olyan hamis, pontatlan vagy félrevezető információ, amelyet nyereségvágyból vagy szándékos károkozás elérése érdekében készítenek, tesznek közzé vagy terjesztenek. Ez a tevékenység fenyegetést jelenthet a demokratikus folyamatokra és értékekre, de akár a közélet egy specifikus részét is érintheti, mint például az egészségügy, tudomány, oktatás vagy gazdaság” (EU, 2018).

A dokumentum javaslatként megfogalmazza az átláthatóság ellenőrzését, a médiatudatosság fejlesztését és iskolai tárgyként történő bevezetését, oktatási programok, innovációs eszközök népszerűsítését, valamint a minőségi újságírás támogatását.

A bár egyelőre limitált számban elérhető, de dinamikusan növekvő elméleti és empirikus álhírkutatások közül Gupta és szerzőtársai (2013) az álhír terjesztésének következményeit vizsgálták, míg mások a főbb „álhír-gyártók” motivációit (Allcott–

Gentzkow, 2017; Subramanian, 2017; Silverman, 2016; Marwick és Lewis, 2017), valamint az olvasók értelmezéseit a valóság fogalmát illetően (Cook és szerzőtársai, 2012; Silverman, 2016).

A közösségi oldalak és a hamis hír közlésének kapcsolatáról szóló legfrissebb adatok azt mutatják, hogy az álhírt tartalmazó webhelyek forgalmának 41,8%-a közösségi médiából származik, míg a hagyományos és a legfrissebb hírportálok csak a teljes forgalom 10%-át teszik ki (Allcott–Gentzkow, 2017). Egyes megfigyelők a digitális dezinformáció víruszerű terjedését a chatbotok növekedéséhez kapcsolják (Shao et al., 2017). Ferrara és szerzőtársai (2016) szerint megfigyelhető az olyan számítógépes szkriptek által ellenőrzött közösségi médiafiókok jelentős növekedése, amelyek megpróbálják magukat hitelesített emberi felhasználóként álcázni. Az ilyen hamis fiókok a Facebookon vagy az Instagramon, de különösen a Twitteren posztokat tesznek ki, kapcsolatba lépnek egymással és a többi hitelesített felhasználóval, ezáltal az embereket sebezhetőbbé teszik az online visszaélésekkel szemben (Shao et al., 2017). A Pew Kutatóközpont szerint a Twitter-felhasználók 74%-a kap hírt ilyen forrásokból, míg a Twitter aktív fiókjainak 9–15%-át robotok alkotják (Ferrara et al., 2017).

A hamis hírek gyorsan terjednek, mivel az információfogyasztáshoz való hozzáférés akadályai eltűntek, és a közösségi média oldalai nyílt, ingyenes és korlátlan platformokká váltak a hírek megosztására és fogyasztására (Allcott–Gentzkow, 2017). A mai médiakörnyezetben az információ szabadon áramlik az interneten. Ez a jelenség hatalmas felelősséget ró az emberekre az online információ megbízhatóságának értékelése tekintetében (McGrew et al., 2018), és a közönség számára egyre nehezebbé válik az újságírói és a nem újságírói újságtartalom megkülönböztetése, és ezáltal a hamis és a valós hír megkülönböztetése (Tandoc et al., 2017).

Azok az emberek, akik „időigényesebb” médiát használnak, nemcsak idősebbek és általában magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, hanem a hírekkel kapcsolatban pontosabb elképzeléseik is vannak (Allcott–Gentzkow, 2017). Másrészt a fiatalok közösségi médiában történő hírfogyasztását „véletlenszerűként” lehet definiálni, mert számukra a hírek csupán szórakoztató információk, amelyeket az interneten találnak, miközben szörföznek a közösségi oldalakon (Gil de Zuñiga et al., 2017). Másrészt az érzelmeknek fontos szerepe van abban, hogy az emberek hogyan reagálnak a helytelen politikai feltevésekre (Weeks, 2015). Az emberek olyan információt oszthatnak meg, amelyek érzelmi reakciót válthatnak ki a vevőben, függetlenül attól, hogy az információ igaz-e vagy sem (Cook et al., 2012). Ennek eredményeként az újságírók tudatosan vagy tudattalanul hozzájárulhatnak az álhírek terjesztéséhez azáltal, hogy megosztják azokat a híreket, amelyek nagyobb hatással lehetnek az online társas kapcsolataikra (Barthel et al., 2016).

Az álhírekkel foglalkozó szakirodalom relevanciája ellenére ritka a demográfiai és situatív tényezők feltárása, amelyek befolyásolhatják a hírfogyasztókat abban, hogy online politikai hamis híreket osszanak meg. A korábbi tanulmányok elsősorban

a jelenségek prevalenciáját (Reuters Institute, 2017), az álhírek létrehozásának motivációit (Allcott–Gentzkow, 2017; Marwick–Lewis, 2017), valamint a hamis hírek terjesztésének a társadalomra, a politikai vezetőkre és az állományra gyakorolt hatását vizsgálták (Silverman, 2016; Ferrara et al., 2016; Gu et al., 2017).

Összességében véve, miért hisznek az emberek a hamis hírekben? Az egyik elmélet szerint (Allcott–Gentzkow, 2017) az ilyen információk [hamis hírek] terjesztése a közösségi hálózatokon sok hasonlóságot mutat a fertőző betegségek kialakulásával és átterjedésével. Az átviteli dinamika elemzése ezért segítséget nyújthat annak kutatásában, hogy a téves információk hogyan terjednek és versenyeznek online.

Anyag és módszer

A 21820245 sz. Social media and trust building V4-kutatásunk egy részét a fókuszcsoportos megkérdezésem alapuló kvalitatív kutatás képezte. Mind a négy részt vevő országban ugyanazon fókusz mentén zajlott a vizsgálat. Magyarországon 2019 októberében összesen 6 fókuszcsoportos vizsgálatot bonyolítottunk le. A résztvevők egyetemi hallgatók voltak, akik különböző képzési programokban tanultak. A fókuszcsoportok 8–12 résztvevőből álltak, és általában 60–90 percig tartottak.

A társadalomtudományi kutatásban hagyományosan alkalmazott módszer (Merriam, 2009), de az elmúlt években a fókuszcsoportokat már régóta használják a marketingben és a társadalomtudományokban (Casey és Krueger, 2000).

A fókuszcsoportos vizsgálat készítésének metódusát először Bogardus (1926) jegyezte le. A fókuszcsoport tehát egy „olyan kutatási módszert jelent, melynek során az adatok úgy keletkeznek, hogy a kutatás alanyai csoportosan kommunikálnak egy adott témáról” (Vicsek, 2006: 17). A fókuszcsoportos interjúk olyan interjúk, amelyek a résztvevők egy csoportjával folytatunk információgyűjtés céljából. A fókuszcsoportos beszélgetéseket akkor érdemes használni, amikor mélyebben szeretnénk egy kérdést megérteni, mint amennyit egy felméréssel kaphatnánk. Fontos jellemzője a módszernek, hogy információt szerzünk a résztvevők nézeteiről, nem pedig tanítjuk és informáljuk őket (Vicsek, 2006: 18). A fókuszcsoport alkalmas eszköz, ha a vizsgált jelenség egyes dimenzióinak a megismerése a cél, amiről mg nincs sok információnk (Babbie, 2003).

Általában feltáró jellegű kutatási kérdések vizsgálatára alkalmas. Jelen tanulmányban a következő kutatási kérdésekre adunk választ:

- Ismerős Önöknek az “álhír” elnevezés?
- Hol találkozunk e jelenséggel?
- Mennyire ismeri és tudja megkülönböztetni a valós híreket az álhírektől?

- Hogyan teszi ezt? Kérem, illusztrálja egy pár példával.
- Milyen specifikus hírforrásokra keres rá általában?
- Hol tanulja ezt a technikát?
- Mennyit hallott erről az iskolában? Kérem, említsen meg egy pár konkrét esetet.

Casey és Krueger (2000: 11) szerint a fókuszcsoport „természetesebb környezetet biztosít, mint az egyéni interjú, mivel a résztvevők másokat is befolyásolnak és fordítva, akárcsak a valós életben”.

A fókuszcsoportos interjút megfelelő módszernek tekintettük, hisz célunk az volt, hogy egy jól körülhatárolható kérdést, problémát vizsgáljunk, azaz jól megragadható fókuszra volt kutatásunknak. Liamputtong (2011) ajánlásának megfelelően a moderátor mellett feljegyzéskészítő is dolgozott, aki lényegében létrehozta a tanulmányban szereplő adatok első értelmezési tervezetét.

Eredmények

Fontos, hogy nem egy-egy ember, hanem egy csoport véleményének megismerése volt a célunk, akiket az általunk fókuszba helyezett probléma érint. A megkérdezettek problémafelfogása és megoldási javaslatai állnak a kutatásunk középpontjában. Első, bemelegítő jellegű kérdésünk arra vonatkozott, hogy a megkérdezett – főként „Z” generációba tartozó – fiatalok egyáltalán ismerősnek vélik-e az álhír elnevezést, hallottak-e már róla. Nem meglepő módon egyöntetűen igennel feleltek, nem volt olyan egyik fókuszcsoportban sem, hogy valaki ne hallott volna erről. Mindenki tudta, mit jelent, és mindenki azt állította, hogy személyesen is találkozott már álhírekkel, saját bevallása szerint nem is egyszer.

Számunkra érdekesebb volt a kutatás szempontjából, hogy amikor arról érdeklődtünk, hogy hol találkozunk a jelenséggel, gyakorlatilag egységesen érkezett a válasz, hogy „mindenhol”. Az általunk megkérdezettek úgy érzékelik, hogy életük minden területén találkoznak álhírekkel, melyek miatt minden hírrel szemben óvatosak, nagyon megnézik, hogy hol, mit, hogyan hallanak/olvasnak. Azt mondják, hogy nemcsak az online világ sajátja az álhír, hanem a nyomtatott sajtó és a televízió is tele van vele, sőt meglátásuk szerint még az egyetemeken is találkoznak vele, amikor minden felsőoktatási intézmény a sajtóját állítja legjobbnak, és azt hangoztatja. Azonban érdekes módon azt kiemelték, hogy a televízióban elhangzottakat mégis hitelesnek tekintik – annak ellenére, hogy korábban úgy nyilatkoztak, hogy tudják, hogy ott is sok az álhír – mivel úgy gondolják, azt azért biztosan „sok ember jóváhagyta”. Ebből arra is következtethetünk, hogy van egy bizonyos kvantitatív szempontrendszerük is a hír valóságtartalmának megítélésekor.

Úgy vélik, hogy egyszerre nagyon egyszerű és mégis nehéz felismerni, megkülönböztetni az álhírt a valós hírtől. Többnyire a józan eszükre és a meglévő háttértudásukra hagyatkoznak ebben a kérdésben. Arra a kérdésre, hogy hogyan tudják eldönteni, hogy valós vagy álhírral találkoznak, számos választ adtak. Többnyire leellenőrzik a szerző Facebook-profilját, fényképét és a felhasznált forrásokat, továbbá elolvassák a poszt alatti kommenteket, valamint megnézik a kedvelőket is. Amennyiben sok ismerősük kedvelte, nagyobb eséllyel tartják valósnak. Úgy tapasztalják, hogy az Instagramon való ellenőrzés megbízható, mert ott a felhasználókat ellenőrzik és „hitelesítik”. Gyanúra ad okod számukra, ha kevés like van a poszt alatt, vagy a cím nagyon „szenzáció-hajhász”, illetve a cím és a tartalom nem fedik egymást, és a cím csupa nagybetűvel vagy vegyesen kis- és nagybetűkkel van írva. Még inkább gyanús, ha helyesírási, központozási hibák sokasága van a cikkben, illetve ha a Google segítségével nem tudják visszakeresni más forrásból a tartalmat. Megbízhatónak tartják a hírt, amennyiben ellenőrzött, lektorált, a szerző ismert, és még forrásmegjelölés is van benne. Kiemelték a képek és videók szerepeltetését is, melyek alkalmazása hitelesebbé teszi számukra a tartalmat. A hatóságok, hivatalos szervek által kiadott hírek, viedók általában valósnak tekinthetők megítélésük alapján, azokban általában megbíznak.

Kutatói szemmel roppant izgalmasnak tartjuk, hogy mikor megkérdeztük, hogy hol tanulták ezeket a technikákat, amikkel megkülönböztetik az álhíreket a valós hírektől, azt a választ kaptuk, hogy „sehol, mindenki a saját bőrén tanulja meg”. Sokan úgy vélik, hogy ez egy készség, amit nem is igazán lehet tanítani. Mások azért örülnének, hogy lenne ilyesmivel foglalkozó kurzus az iskolában, illetve preferálják a szülőkkel való kommunikálást erről. Úgy érzik, hogy ez szülői feladat is, hogy felkészítsék gyermekeiket az álhírek felismerésére, védekezésre ezekkel szemben.

Megkérdeztettjeink között akadtak néhányan, akik arról számoltak be, hogy az egyetlen bizonyos kurzusok (például desztinációmenedzsment a turizmusórán) keretein belül beszéltek a közösségi médiáról, az okoseszközökről, a Facebook-statisztikákról. Mások azt nyilatkozták, hogy még a középiskolában voltak olyan órái, melyeken feladat volt, hogy tartsanak előadást az e-mail és a közösségi média használatáról, a felhasználói biztonságról, de a többség az iskolában nem hallott sem a közösségi média biztonságos használatáról, sem az álhírek elleni védekezésről. A tanáraik maximum arra hívták fel a figyelmüket, hogy késő éjszaka ne Facebook-ozzanak, vagy ne álljanak ott szóba idegenekkel – melyek hasznos tanácsok, csak nem elegendők. Fontosnak tartották még megemlíteni, hogy azt jó dologként élik meg, hogy az emberek figyelmeztetik egymást többnyire posztokban, ha átverésről van szó.

Következtetések, javaslatok

Összességében elmondhatjuk, hogy a fókuszcsoportos vizsgálatban részt vevő egyetemista fiatalok teljes mértékben tisztában vannak az álhír fogalmával, mindannyian tudják, mit jelent, és van empirikus tapasztalatuk is ezzel kapcsolatosan. Az eredmény abból a szempontból nem tekinthető különösebben meglepőnek, hogy a megkérdezettek a „Z” generáció, vagyis az első multitasking generáció tagjai, akik gyakorlatilag már a közösségi média használatába nőttek bele, s szocializációjukban jelentős szerepet játszott már a virtuális közösségi tér. Meglepő azonban, hogy kezelni mégsem tudják teljes magabiztossággal az ott szereplő információkat. Ez természetesen részben magyarázható a hatalmas mennyiség problematikájával is, de meglátásunk szerint egyéb faktorok – például az oktatás – is szerepet játszhatnak.

Mindazonáltal az is világosan kirajzolódott, hogy nincs egységes módszertan a valós és álhírek megkülönböztetésére, valamint, hogy az oktatás/felsőoktatás jelenleg nem nyújt ebben hathatós segítséget a felnövekvő értelmiségnek. Alkalmazkodva a gyorsan változó és informatikai szempontból exponenciális növekedést mutató környezethez, érdemes lehet elgondolkodni egy olyan megoldáskészlet kidolgozásán, mely hathatós segítséget nyújthatna a fiataloknak a közösségi médiában való biztonságosabb, egyértelműbb eligazodáshoz. A szülők felelőssége természetesen továbbra is megvan, ám javaslatként megfogalmazható lenne egy olyan kurzus indítása, mely a közösségi média biztonságos használatára tanítaná a hallgatókat, és melyben időt szentelnének az álhír kontra valós hír témakörnek is.

Hivatkozott források

- [1.] Ahlers, D. (2006): News consumption and the new electronic media. *Harvard International Journal of Press/Politics* 11(1): 29–52.
- [2.] Allcott, H. and Gentzkow, M. (2017): Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives* 31(2): 211–36.
- [3.] Allcott, H. and Gentzkow, M. (2017): Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives* 31(2): 211–36.
- [4.] Attkisson, Sharyl (2017): *The Smear. How Shady Political Operatives and Fake News Control What You See, What You Think, and How You Vote*. New York: HarperCollins.
- [5.] Babbie, E. (2003): *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Budapest: Balassi Kiadó.

- [6.] Barthel M., Mitchell, A. and Holcomb, J. (2016): *Many Americans believe fake news is sowing confusion*. Pew Research Center. <http://www.lse.ac.uk/media-andcommunications/assets/documents/research/working-paper-series/WP52.pdf> [Letöltés ideje: 2019. október 24].
- [7.] Baum, M., Mele, N., Lazer, D., Grinberg, N., Joseph, K., Hobbs, W., Friedland, L., and Mattsson, C. (2017): *Combating Fake News: An Agenda for Research and Action*. <https://shorensteincenter.org/combatingfake-news-agenda-for-research/> [Letöltés ideje: 2019. augusztus 23].
- [8.] Casey, M. A. & Kueger, R.A. (2000): *Focus groups: A practical guide for applied research*. (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- [9.] Cook, J., Ecker, U., Lewandowsky, S. and Schwarz, N. (2012): Misinformation and its correction continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest* 13: 106–31.
- [10.] European Commission (2018): *Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation*. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation> [Letöltés ideje: 2019. október 24].
- [11.] Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, F. and Flammini, A. (2016): The rise of social bots. *Communications of the ACM* 59(7): 96–104.
- [12.] Gil de Zúñiga, H., Weeks, B., and Ardèvol-Abreu, A. (2017): Effects of the news-finds-me perception in communication: social media use implications for news seeking and learning about politics. *Journal of Computer-Mediated Communication* 22(3): 105–23.
- [13.] Goyanes, M. (2014): An empirical study of factors that influence the willingness to pay for online news. *Journalism Practice* 8(6): 742–57.
- [14.] Goyanes, M. Lavin, A. (2018): *The sociology of fake news*. *LSE Media and Communications*. <http://www.lse.ac.uk/media-andcommunications/assets/documents/research/working-paper-series/WP55.pdf> [Letöltés ideje: 2019. október 24].
- [15.] Gu, L., Kropotov, V., and Yarochkin, F. (2017): *The fake news machine, how propagandists abuse the internet and manipulate the public*. http://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fakenews-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [Letöltés ideje: 2019. augusztus 23].

- [16.] Gupta, A., Lamba, H., Kumaraguru, P., and Joshi, A. (2013): Faking Sandy: characterizing and identifying fake images on Twitter during Hurricane Sandy. *Proceedings of the 22nd International Conference on World Wide Web*: 729–36.
- [17.] Lakoff, G. (2002): *Moral Politics. How Liberals and Conservatives Think*. Chicago: University of Chicago Press.
- [18.] Liamputtong, P. (2011): *Focus Group Methodology Principle and Practice*. Sage Publications.
- [19.] Marwick, A. and Lewis, R. (2017): *Media manipulation and disinformation online*. https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf [Letöltés ideje: 2019. augusztus 23].
- [20.] McGrew, S., Breakstone, J., Ortega, T., Smith, M. and Wineburg, S. (2018): *Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning*. Theory & Research in Social Education: Online First. Meyer.
- [21.] Merriam, S. B. (2009): *Qualitative Research: A guide to design and implementation*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- [22.] Meyer, P. (2004): Saving journalism: How to nurse the good stuff until it pays. *Columbia Journalism Review* 43(4): 55–8.
- [23.] Reuters Institute Digital News Report (2017): https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3026082 [Letöltés ideje: 2019. augusztus 23].
- [24.] Shao, C., Ciampaglia, G., Varol, O., Flammini, A. and Menczer, F. (2017): *The spread of misinformation by social bots*. <https://arxiv.org/pdf/1707.07592.pdf> [Letöltés ideje: 2019. október 24].
- [25.] Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J. and Liu, H. (2017): Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter* 19(1): 22–36.
- [26.] Silverman, C. (2016): *This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook*. *Buzzfeed*. https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.qr5jwepJ9#.mtWol8APj [Letöltés ideje: 2019. október 24].
- [27.] Subramanian, S. (2017): Inside the Macedonian fake-news complex. *Wired magazine*. <https://www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news/> [Letöltés ideje: 2019. augusztus 23].

- [28.] Tandoc, E., Ling, R., Westlund, O., Duffy, A., Goh, D. and Wei, L. (2017): *Audiences' acts of authentication in the age of fake news: a conceptual framework*. *New Media and Society*: Online First.
- [29.] Váradi M. M. (2008): Fókuszcsoporthos interjú. In Kovács Éva: *Közöség tanulmány*. PTE–BTK Kommunikáció és Médiatudományi Tanszék.
- [30.] Vicsek L. (2006): *Fókuszcsoporthos*. Osiris: Budapest.
- [31.] Vosoughi, S. Roy D. and Ara, S. (2018): The spread of true and false news online. *Science* 359, Issue 6380, pp. 1146–51.
- [32.] Weeks, B. (2015): Emotions, Partisanship, and Misperceptions: How Anger and Anxiety Moderate the Effect of Partisan Bias on Susceptibility to Political Misinformation. *Journal of Communication* 65(4): 699–719.

Szerzők:

Dr. Czehlédi Csilla

PhD

egyetemi docens

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Pedagógiai és Pszichológiai Kar

Felnőttképzés-kutatási és Tudásmenedzsment Intézet

czehledi.csilla@ppk.elte.hu

Dr. Veresné dr. Valentinyi Klára

PhD

egyetemi docens

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

veresne.valentinyi.klara@gtk.szie.hu

Borsos Eszter

egyetemi tanársegéd

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Dékáni Titkárság

borsos.eszter@gtk.szie.hu

Dr. Szira Zoltán

PhD

egyetemi docens

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

szira.zoltan@gtk.szie.hu

Dr. Varga Erika

PhD

egyetemi docens

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

varga.erika@gtk.szie.hu



LABOUR MARKET EFFECTS OF PUBLIC WORK: HUNGARY'S EXAMPLE

Cseh-Papp, Imola – Varga, Erika

Abstract

The size of the Hungarian public work programme was an appropriate public policy response across Europe to tackle the crisis and long-term unemployment. Hungary has used the resources available to all labour market tools only for this kind of intervention. Therefore, it is important task to analyse its effectiveness together with the short and long-term impacts. In our study, we are going to undertake a brief overview of Hungarian public work- from the economic-social regime change to the present day by focusing on how efficient the system is and how it can fulfil its purpose. In the course of the analysis we draw parallels between the available international and domestic literature and our own research results in the years 1995, 2005, 2015 and 2017. The results show that although the attempt is appropriate, it has many shortcomings that require correction.

Key words: *labour market policy, public work, workers, unemployment*

JEL: I 38; I 39; J 48

Introduction

To put it in short, labour market tools are categorized into two groups: the tools that help the life of the unemployed (welfare) and the tools that encourage re-placement (workfare). The welfare policy is based on social solidarity. We use the term "workfare" for programmes that require work in return for social assistance. Behind the public work programmes there is the concept of workfare, according to which the provision of benefits and income transfers is worthy of some kind of work for the community. The goal to be achieved through public work and the extent to which it is used determines whether it is an active employment policy tool or a social policy measure to deal with poverty. They are used in countries with different levels of development.

In the practice of developing countries, most of these programmes offer low wages, short-term employment, typically in the construction, agriculture and rural development sectors, in many cases in the most disadvantaged regions and community services (Eardley et al., 1996; Grover–Stewart, 1999; Ismail, 2016). Public works are increasingly being used to fight poverty, to guarantee employment, or to move towards self-employment, such as Argentina, Ethiopia, India, Iran (Shah–Steinberg, 2015; Ismail, 2016; Rosas–Sabarwal, 2016; Karimi, 2018). In many less developed countries, they are almost the only form of labour market intervention.

In developed countries, as a response to mainly short-term economic shocks, or high unemployment, short-term public work programmes are typically employed, primarily to channel the unemployed back into work. Target participants are usually special social groups, so these programmes often include re-employability in combination with training elements (Kim–Zurlo, 2007; Melo, 2009; Robbins, 2015; Guccio et al., 2014; Crost, 2016; Schöb et al., 2016; Bertrand, 2017). In developed countries, the use of public works programmes is retreating because costly and other active labour market interventions have proved to be more effective, mainly due to substitution and displacement effects (Hort, 2001; Zieliński, 2015; Douarin–Mickiewicz 2017; Ko–Cho, 2017).

The extent, targeting and complexity of the Hungarian public work programme experienced in the past have been quite unusual in the practice of developed countries. There are many arguments for and against public employment, and opinions are very divided.

According to research, society supports the principle of „work for help”. Public work tests the ability to work, gives local governments the opportunity to employ labour cost-efficiently, generates long-term employment and continuous income for the families concerned. Public work has become a universal tool for dealing with unemployment and poverty, although it is lagging behind any value that is a condition for minimum living. Yet, in the disadvantaged settlements, the only option is for formal work and livelihood, since the majority of the regions that are heavily involved

in public work have few jobs. In disadvantaged settlements, local farmers are able to employ the local population that is separated from agricultural activity as part of public work. Municipalities provide the most motivated, experienced, reliable, unemployed under this programme with essentially continuous employment. Public work wages are higher than the amount of job replacement support, somewhat reducing poverty, but not enough to allow an outbreak of poverty (Bujdosó-Remenyik, 2008, Herdon-Zörög, 2012; Szűcs et al. 2013; Czirfusz, 2014; Czibere–Molnár, 2017; Koós, 2016; Uszkai, 2014; Váradi, 2010; Váradi 2016).

At the same time, research on the operation of public work has also shown that its expenditures are displacing the applicability of active tools, and the chances of labour market reintegration are greatly reduced. The wage surcharge of 25,000 HUF between the public work wage and the labour market wage does not motivate to be employed. Thus, most people do not choose hard physical work for the minimum plus income. Supported programmes tend to employ the most hopeless, the most inexperienced unemployed, with a high proportion of Roma. Nearly one third of the participants in the public work programme had received income support and social assistance, i.e. they were unemployed permanently. Thus, the participants do not have the capital required for the primary labour market, either in terms of qualifications, social status, or relationships, nor in terms of work experience. The segregation effect of public work is also well known. One of the reasons for this is that the majority of public employees work in workplaces where all employees are employed by the public. Public work programmes can lead to the closure of a settlement and create competition for local entrepreneurs. It is against public work to stigmatize the participants that they are more likely to seek employment in the framework of the primary labour market. Furthermore, the fact that in many cases the tasks performed are meaningless are demoralizing (Csehné, 2007; Cseres-Gergely–Molnár, 2014; Fazekas, 2015; Frey, 1993; 1995; 1997; 2007; Koltai, 2014; Kulinyi, 2013; László, 2016; Scharle, 2013).

In Hungary, between 30 and 40 thousand people worked in some form of public work from 1996 to 2006. This number increased from 2009 to 60-100 thousand and in 2013 it exceeded 130 thousand. In 2018 the planned number is 190 thousand, in 2019 it is 170 thousand, and in 2020 it is 150 thousand (Figure 1). This value is also high internationally. The country spends a lot on public work programmes in international comparison, and little on other labour market tools that would help the retraining or job seeking of the unemployed. Budget expenditures on public work continued to increase from 2011 to 2016 (from HUF 70 billion to HUF 340 billion), but much lower than in 2018 (HUF 220 billion).

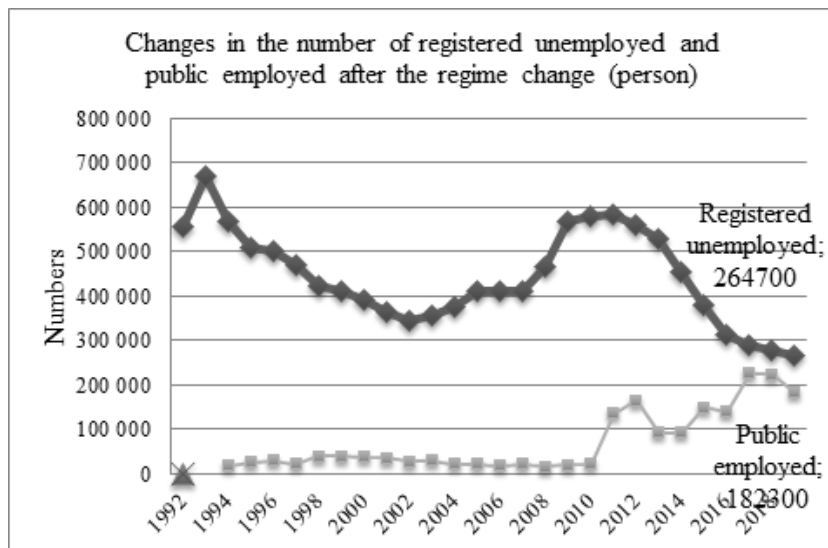


Figure 1 Changes in the number fo registered unemployed and public employed after the change of the regime

Source: authors'own calculation based on CSO

Material and Methods

The study focuses on the main characteristics of public workers based on the results of a survey carried out at three occasions covering a period of about 20 years. The purpose of the data analysis was to find out how the structural distribution of the unemployed participating in public work changed in a subregion with labour market indicators corresponding to the national average¹.

The survey sample was made up by public workers (213 persons) at the Hatvan office in 1994, and in 2004 to individuals (122 persons) engaged in public work and participants in programmes launched in 2014 (611 persons). The time of investigations ranges from January-March 1995, January-March 2005 to January-March 2015 and related to public workers in the previous calendar year.

1 in: CSEHNÉ PAPP I. (1995): Közhasznú foglalkoztatás a Heves Megyei Munkaügyi Központ Hatvani Kirendeltségén az országos mutatók tükrében, 1994-ben, OMK. Manuscripts, and CSEHNÉ PAPP I. (2007): A közhasznú foglalkoztatás jogi és humán vonatkozású változásai az utóbbi tíz évben, Munkaügyi Szemle. 4. pp. 15-19.

In the next part of the study, the aim of the survey was to formulate a questionnaire mapping of the opinion of the public employees (103 persons) in 2017.

Results

Results of data analysis

The examined period can be divided into two parts. During the first ten years, the number of persons involved in public work decreased to about half. According to a survey carried out in 1995, in 1994, the number of public workers was 213 and in 2004 only 122. This significant reduction in the number of employees was justified by the widening of labour market subsidies. On the other hand, the rate of support provided by the Employment Fund could also have affected the decline in asset penetration. In 1994, the Hatvan Office was able to spend HUF 24,319,000 on public work, and for the year 2004 the available framework changed to HUF 43,431,000, which represents a significant decrease, including the changes in inflation over ten years. In the second phase, the number of participants was doubled by raising HUF 273,092 million funds in 2015.

There was a significant change in the gender distribution in both periods: in 1994, 75% of public workers and only 42% in 2004, and again in 2014, increased to 64%.

The 1995 survey found that most (30%) public workers completed 8 general and vocational schools; The distribution of public workers by educational level slightly improved in the second period of the study.

The qualification provided a period of shorter working hours before public work in 1994, while this was not typical for 2004 and 2014.

In 1994, almost equal share of public work was paid in annuity and the unemployed receiving the replacement income allowance, in 2004 it was twice the number of regular social assistance recipients of public work, as they became public workers during the annuity period. In 1994, 30% of those with qualifications were already in public work during the disbursement period, and the unskilled were also 30% in the period of income replacement support. In 2004, the proportion of the unemployment benefit decreased and the proportion of regular social assistance to those in public work increased. In 2014, 35% of public employees had not been employed for 1 year other than public work. 2 years 11%, 3 years 32%, 4 years 8%, 5 years 14% did not work on the primary labour market.

Following public work, the same proportion (19%) of employees were in 1994 than in 2004, and slightly less (13%) in 2014.

The analysis of the 1994 data revealed that the younger the public worker, the greater the chances of getting a job. By 2004, the employment prospects for the

18-25 age group decreased and doubled for those over 51 years of age. By 2014, only 13% of 18-25-year-olds were able to find a job in the primary labour market, although more than half of public employees would need to work occasionally.

In the first 10 years, there is a stronger correlation between employee qualifications and the level of public work wage, and the proportion of those receiving minimum wage increased (from 52% to 77%).

In 1994, the unemployed were best paid (higher than the minimum wage) who worked for 7-9 months. By 2004, there was no correlation between the duration of employment and the amount of salary received for the performance of public work. Wages have been pushed into the background of public work because clients have made a commitment even if they have not earned high earnings.

In 1994, there was a greater dispersion between the nature of the activity carried out in the framework of public work and the wage received for the performance of public work. In 2004, an amount higher than the minimum wage could only be obtained in the case of auxiliary and intellectual work, and the minimum wage was doubled for intellectual work only.

There was not much change in the nature of the activity performed during the two study periods. Most non-profit workers completed auxiliary work: 35% in 1994, 67% in 2004, 68% in 2014. They are mainly workers with primary education. The results of the previous research have shown that public workers have completed activities that correspond to their educational attainment within the framework of public work. The difference is that in 2004 and 2014, 93% of those with a vocational qualification had semi-skilled jobs. Higher education graduates appeared at every survey time and at all levels of activity.

Based on the research experience, the following common conclusions are interesting:

- The 1995 survey revealed that some respondents had been unemployed several times since the introduction of the register. This was also reflected in the 2005 and 2015 analyses. The reason for this was seen in the first two study periods that employers who used to find a job in the primary labour market were often employed and were permanently marginalized. As a result of a personal interview with several interviewees during the 2015 survey, they found that they were left in the cycle because they had no time to look for a job.
- In the first and second surveys, it has been found that unemployed people who have only been part of public work are more likely to be reintegrated than those who have repeatedly taken part. In 2015, this was rarely the case.
- The majority of jobs offered in the context of public work are low prestige, not suitable for social appreciation or employment without support. In 2015, this statement was complemented by an employee side: most of them

previously thought it was unimaginable to work in public. Since public work has expanded with national employers, the number of job opportunities has multiplied.

- In 1994 and 2004, the typical public worker worked for 3-6 months, with 8 years spent in education. In 2014, most of the public workers were working in a physical job, with 8 classes, living in modest conditions. Years ago, they kept their family from the dole, casual and black work.
- For the first ten years, wages equivalent of the minimum wage remained the most widespread, while in 2015, all workers considered the wage to be unfair.
- While in 1994 there was a strong correlation between the nature of the activity performed in the context of public work and the level of unemployment, by 2004, public work at a lower level of activity was more characteristic. This was also supported by the 2014 data.
- In 1994 and 2004, most of the employers participating in the programme were the mayor's offices, who had been employed for many years. The activities they carried out were of a public nature, and the business sector had little interest and would not have been realized in the absence of support. Most of the employers involved in the 2014 study have been working in public for a long time, usually 2-4 years.

Results of the questionnaire

The demographic composition of the population receiving public work and its distribution by educational level are much less favourable than those of the registered unemployed; The results of the study have shown that men with 8 classes or lower levels of education are the long-term workers in this form of employment.

35% of those surveyed have not been working for a year outside of public work. 2 years 11%, 3% 32%, 4% 8 years, 14% 5 years ago were not present on the primary labour market. Nearly one third of the sample was regularly (more than 4 times) involved in a public work programme. Nearly a third (29%) of those affected have already worked at their current job several times. Especially for men, they have been repeatedly recruited regularly as a seasonal worker for more than three times. In the case of women, more than three-quarters of those with a profession or a general certificate of secondary education expect to work in public work several times.

According to the data of the given office, 13% of the unemployed were on the labour market on average after the public work. More than half of the respondents would need to work occasionally. But they cannot find the time or the right job.

Members of the younger generation are more likely to be in the active age than those in the older age group. In the case of the 36-45-year-olds, „parking” and the provision of temporary income are typical. Those over the age of 45 hardly get into the programme, and this active tool is the least helpful in their position.

The majority of the public workers interviewed (77%) were dissatisfied with their public work wages, but all of them would consider the amount to be acceptable if the minimum wage was appropriate. The money earned, not called monthly income, often covered the family's expenditures, but often remained below it.

According to our study, 78% of physical work is carried out mainly by those involved in the public work programme in the communal area. Most non-profit workers have performed semi-skilled jobs (68%), and they have a primary school certificate. But graduates with tertiary education also appeared at all levels of activity.

The respondents' opinion on the work done is mostly homogeneous: they believe that their work is measurable and has tangible results. The members of the sample stated that they gained new knowledge on employment, which they can use in their daily lives, feel good at their workplace, and most of them would offer it to their friends. According to them, it fills them with satisfaction that they contribute to the beauty of their environment.

Many respondents thought it was unimaginable to work in public, because it meant street sweeping, which they thought was a shame. At that time, they refused the job offered, taking the penalty to lose their 22,800 forints for a year. However, those who had the opportunity to get into municipal institutions were very proud of the environment, what kind of „responsible” jobs they could work as cleaners or office assistants. Since public work has expanded with national employers, the number of job opportunities has increased several times. They give a lot more freedom to employees with other benefits like working in larger groups, outside public and settlement boundaries, working in nature, much looser, with less supervision. The number of „confidential” jobs has increased.

A large proportion of the respondents feel good in the community they work in. Though the decisive part of the work is forced to work, but in the meantime, they realize that it is good to belong to a community, there are no unfulfilled requirements, and it is often time-consuming. If they have not been working for a long time, they are very afraid of constraints, and will only choose to keep the job or to work on the 30-day commitment. Those who are a bit more demanding and realistic will soon realize that it is not so bad for them, and they also know that the demands of factories that promise good earnings are unfortunately not in line with their qualifications, experience, precision, and attitude to work. They either experience it on their own because they have tried or heard from friends.

Public workers are happy to experience changes in their everyday lives. The respondents believed that the financial situation of their families improved somewhat, so they would like to recommend the possibility of public work to others. Many families are now able to pay off their accumulated debt and provide them with regular income, regardless of the low wages. Unfortunately, the existence of a monthly fixed income for many of them means that the repayment of accumulated

debts can begin. Previously, casual and black work was unpredictable, and it was not possible to be eligible for the family tax allowance.

Others work in flexitime, which is also beneficial for the family because they are better able to help each other in solving everyday problems. There were female respondents who said that she could only take the job where she could cook in the morning and look at it during the day. In their culture, serving the family is a primary concern, and few people can do it with multiple shifts.

Individuals have achieved success through the activity they have done. Participants have reported good-spirited communities, and it is not uncommon to have friends or love relationships. They see success in creating a network of relationships, in shaping the agenda, in developing a sense of usefulness provided by work, in raising family income, and thereby increasing the status of family support.

Several people stressed that it is better to work for themselves and for each other than to stand in front of the post offices for the dole and to "get organised" by work. They notice how serious-minded workers can influence others. They have an agenda, they will have a task, most of them dare not drink alcohol during the day because they are afraid to lose everything. Many people highlight the task they are entrusted with and are happy to trust them to work with people who speak with respect to them as their superiors.

The following conclusions were drawn from the questionnaire survey with public workers:

- 3-4 suitable public work of clients have a strong 'sticking' effect. As a result of a personal interview with several interviewees during the study, they found that they were left in the cycle because they had no time to look for a job. The study found that unemployed people who had been part of a public service job only once were more likely to reintegrate than those who repeatedly did. Presumably, after 5-6 times more public work, there will be little chance of open labour market employment.
- We see a stronger „transition effect” than young people under the age of 25 than the older age group. The effect of the programme is therefore significantly correlated with age. Young people under 25 years of age in public work trusted in the open labour market, while those over 26 years of age are more likely to imagine multiple participation in public work. The older the individual, the greater the resignation to public work that replaces open labour market employment.
- The nature of work in public employment is mostly physical work without qualifications. Despite the low prestige, the work done after a while enhances the individual's self-esteem and sense of utility.
- Most of the participants see the impact of public work on changes in their working knowledge and financial situation.

- The majority of public workers work in jobs where everyone, or almost everyone, works in public.
- Employers participating in the programme were, for the most part, the mayor's offices, who had been employing workers for many years. The activities they carried out were of a public nature, and the business sector had little interest and would not have been realized in the absence of support.
- The social policy nature of public work is gaining momentum, as decision-makers have tried to restrict those who would not have been able to work without it.

Conclusion

Overall, the opinion of international evaluators is that public work programmes

- (a) may be a means of combatting poverty by providing temporary employment, if they are targeted at disadvantaged areas or specific labour market groups (Subbarao et al., 2013; Ninno et al., 2009; Martín-Antón et al., 2017; Bertrand, 2017);
- (b) but this effect mainly occurs in the short term and only if the public worker wages remain below the minimum wage (Murgai et al., 2015, Datta–Chakrabarti, 2016);
- (c) however, public work programmes are not regarded as an active labour market programmes to increase labour market opportunities and reintegrate (Zimmermann, 2012; Norton, 2018);
- (d) however, they are also quite expensive (Lal et al., 2010; Azam et al., 2013).

Until 2008-2010, several Hungarian researches (primarily under the leadership of Mária Frey) analysed the labour market and the social impacts of public work. In the course of the investigations, several negative aspects were expressed about the support. Some of the criticisms point out that

- (a) subsidized work does not contribute or contributes little to the continued employment of the supported worker in the labour market through work experience, although this objective has been formulated as a function of the instrument;
- (b) the local governments primarily use the asset as a source of additional funding for their tasks;
- (c) the probability of getting outside the system from public work is smaller than that of other programmes, and the more people will be employed by the public, the less likely it is to get out of the system (later analyses by Cseres-Gergely and Molnár (2014)).

The two-decade long primary examination focused on examining the composition of public workers in the Hatvan area in 2004, comparing it with the data from the 1994 survey, and completing the 2014 survey with a personal interview in 2017.

The results have shown that the initiative is good and forward-looking, but the experience so far suggests that there are many flaws and „diseases” that need to be improved. Here we have to mention wages, the need for a related training system, or the problems of work tasks, work organization, working conditions.

At the same time, it is well known that there are regions and groups of workers whose employment difficulties and livelihoods in the current economic circumstances may not lack public work. A significant proportion of public workers are those who are not permanently unemployed, who are not already at an acceptable level of performance, in most cases they do not have the expertise, so market players would not be interested in anyway.

At the time of the survey, most of the opinions were drafted that do not dispute the success of the programmes. Outsiders think about it differently, they formulate more criticism. The participants in the test sample measure their negative and positive experiences with their daily work for their own individual goals, and overall, they are satisfied while the researchers set long-term macroeconomic goals.

Based on the results, some concrete recommendations will be made. The development of the public work system would be conditional on the choice of a wide range of activities, the adjustment of remuneration to performance and the combination of different forms of employment (full-time, part-time, engagement, voluntary work). Public work, job creation and training could be used to solve the employment difficulties of municipalities.

The ultimate goal for the future is to avoid „sticking” to public work, which should be supported with targeted assistance, practical training and retraining, which would help to channel jobseekers back to the labour market. Real change can only be achieved by meticulous work and with an approach not seen so far in domestic policy.

References

- [1.] Azam, M., Ferré, C., & Ajwad, M. I. (2013): Can public works programs mitigate the impact of crises in Europe? The case of Latvia. *IZA Journal of European Labor Studies*, 2 (1), 10. p.
- [2.] Bertrand, M., Crépon, B., Marguerie, A., Premand, P. (2017): *Contemporaneous and Post-Program Impacts of a Public Works Program*. 57. p.

- [3.] Bujdosó Z – Remenyik B. (2008): A hazai turisták életminőségének a feltérképezése az Észak-Magyarország Régióban. In: Dávid, L (szerk.): *A turizmus szerepe az Észak-Magyarország Régióban I–II*. Gyöngyös, Magyarország: Károly Róbert Főiskola, pp. 40–48. , 9 p.
- [4.] Crost, B. (2016): Can workfare programs offset the negative effect of unemployment on subjective well-being? *Economics Letters*, 140, pp. 42–47.
- [5.] Czibere I. – Molnár E. (2017): Labour market perspectives of young women living in extreme poverty in closed rural space: the case of a Hungarian-Romanian cul-de-sac border village. *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*. 23. pp. 7–26.
- [6.] Czirfusz M. (2014). Az egyenlőtlen földrajzi fejlődés és a magyarországi közmunka. In: *Munkaerőpiaci tükrök, 2014*. MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Közgazdaság-tudományi Intézet, Budapest, pp. 325-327.
- [7.] Csehné Papp I. (2007): A közhasznú foglalkoztatás jogi és humán vonatkozású változásai az utóbbi tíz évben. *Munkaügyi Szemle*. 4. pp. 15–19.
- [8.] Cseres-Gergely Zs., Molnár Gy. (2014): Munkapiaci helyzet a közfoglalkoztatásból való kilépés után. In: *Munkaerőpiaci tükrök, 2014*. MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Közgazdaság-tudományi Intézet, Budapest, pp.143–153.
- [9.] Datta, P., Chakrabarti, S. (2016): Gains from short-term public works: A review of performance of MGNREGA in Tripura. *The NEHU Journal*. 1. pp. 57–77.
- [10.] Douarin, E., Mickiewicz, T. (2017): Unemployment and Labour Market Policies. In: *Economics of Institutional Change*. pp. 205–226.
- [11.] Eardley, T., Bradshaw, J., Ditch, J., Gough, I. és Whiteford, P. (1996): *Social Assistance schemes in the OECD countries. Volume 1. Synthesis report, DSS Research Report 46*. London: HMSO. 208 p.
- [12.] Fazekas K. (2015): Közfoglalkoztatás, foglalkoztatáspolitikai, gazdasági növekedés. In: *A közfoglalkoztatás aktuális kihívásai – javasolt fejlesztési irányok*. 2015.11.25, Budapest. pp. 8–11.
- [13.] Frey M. (1993): A közhasznú foglalkoztatás munkaerő-piaci hatásai. *Munkaügyi Szemle*, 5. pp. 30.

- [14.] Frey M. (1995): A közhasznú foglalkoztatás munkaerőpiaci hatásai: Egy empirikus kutatás tanulságai. In: *A jövő munkahelyeiért [1. köt.]*. Bp.: Struktúra-Munkaügy, 1995. pp. 132–147.
- [15.] Frey M. (1997): Helyi foglalkoztatási kezdeményezések, alternatív munkaerőpiac: Hazai helyzetkép. In: *A non-profit szervezetek szerepe a helyi foglalkoztatásban*. Bp.: Hálózati a Demokráciáért, 1997. pp. 159–201.
- [16.] Frey M. (2007): *A közhasznú foglalkoztatás munkaerőpiaci hatásai*. http://old.ektf.hu/~juhasz.istvan/human_erof_akt_k/Munkaerof5piaci%20t%fc%fc6r/2007/frey.pdf. Accessed 01 December 2017
- [17.] Grover, C., Stewart, J. (1999): Market workfare: Social Security, social regulation and competitiveness in the 1990s'. *Journal of Social Policy*, vol. 28, 1, pp. 73–96.
- [18.] Guccio, C., Pignataro, G., Rizzo, I. (2014): Do local governments do it better? Analysis of time performance in the execution of public works. *European Journal of Political Economy*, 34, pp. 237–252.
- [19.] Herdon, M., Zörög Z. (2012): The perceptions of agricultural graduates on the correlation of their labour market situation and qualification. *Hungary Journal of Ecoagritourism* 8:2 pp. 326–331 6p. (2012)
- [20.] Hort, S. (2001): *Sweden-still a civilized version of workfare activating the unemployed, a comparative appraisal of work-oriented policies*. New Brunswick, Transaction Publishers, pp. 243–266.
- [21.] Ismail, M. A. (2016): *Globalization and new international public works agreements in developing countries: an analytical perspective*. Routledge. 316. p.
- [22.] Karimi, Z. (2018): Public Works Programs as a Strong Means for Land and Water Conservation in Iran. In: *Full Employment and Social Justice*. pp. 109–138.
- [23.] Kim, T. K., Zurlo, K. A. (2007): Factors that influence workfare program participants: focusing on South Korea's Self-Sufficiency Program. *Int'l Soc. Work*, 50, 796. p.
- [24.] Ko, H., Cho, H. (2017): Revisiting the effectiveness of the employment-oriented welfare state: Considering the quality of employment achievement. *Asian Social Work and Policy Review*, 11 (2), pp. 158–167.
- [25.] Koltai L. (2014): A közfoglalkoztatottak jellemzői. *Munkaügyi Szemle* 3. pp. 60–69.

- [26.] Koós B. (2016): Közfoglalkoztatás a mezőgazdaságban. *Tér és Társadalom* 3. pp. 40–62.
- [27.] Kulinyi (2013): A közfoglalkoztatás változó céljai. *Munkaügyi Szemle* 1. pp. 17–26.
- [28.] Lal, R., Miller, S., Lieuw-Kie-Song, M., Kostzer, D. (2010): *Public works and employment programmes: Towards a long-term development approach* (No. 66). Working Paper, International Policy Centre for Inclusive Growth. 73 p.
- [29.] László Gy. (2016): A hátrányos helyzetűek foglalkoztatási nehézségei. *Opus et Educatio*, 3 (3). pp. 264–276.
- [30.] Martín-Antón, M., Negro, V., del Campo, J. M., López-Gutiérrez, J. S., Esteban, M. D. (2017): The Gigantism of Public Works in China in the Twenty-First Century. *Sustainability*, 9(9), 1581. p.
- [31.] Melo, J. J. D. (2009): *Public works policy in Portugal: a case study in unsustainability*. 13 p.
- [32.] Murgai, R., Ravallion, M., & van de Walle, D. (2015): Is workfare cost-effective against poverty in a poor labor-surplus economy? *The World Bank Economic Review*, 30(3), pp. 413–445.
- [33.] Ninno, C. D., Subbarao, K., Milazzo, A. (2009): *How to Make Public Works Work: A review of the experiences* (No. 48567). The World Bank. 93 p.
- [34.] Norton, T. R. (2018): *Lessons Learned in Disaster Debris Management of the 2011 Great East Japan Earthquake and Tsunami. The 2011 Japan Earthquake and Tsunami: Reconstruction and Restoration*. pp. 67–88.
- [35.] Robbins, B. (2015): Public Works. *University of Edinburgh Postgraduate Journal of Culture & the Arts*, (21).
- [36.] Rosas, N., Sabarwal, S. (2016): *Public Works as a Productive Safety Net in a Post-Conflict Setting*. 33 p.
- [37.] Scharle Á. (2013): A közfoglalkoztatás mérete és költsége. In: *Munkaerőpiaci tükkör, 2013*. MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Közgazdaság-tudományi Intézet, Budapest, pp. 61–62.
- [38.] Schöb, R., Knabe, A., & Weimann, J. (2016): *The subjective well-being of workfare participants: Insights from a Day Reconstruction Survey*. pp. 1311–1325.
- [39.] Shah, M., Steinberg, B. M. (2015): *Workfare and Human Capital Investment: Evidence from India* (No. w21543). National Bureau of Economic Research. 38. p.

- [40.] Subbarao, K. et. al (2013): *Public Works as a Safety Net*. The World Bank, Washington D.C., 430 p.
- [41.] Szűcs Cs. – Zörög Z. – Csomós T. (2013): Career Tracking of Agricultural Graduates in Hungary. *Annals of The Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists* XV. pp. 409–415. , 7 p. (2013)
- [42.] Uszkai A. (2014): Innováció és oktatás az élhetőbb vidékéért. *A Falu*, 29 (2), pp. 75–85.
- [43.] Váradi M. (2016): Értékteremtő közfoglalkoztatás periferikus vidéki terekben. *Esély* 1. pp. 30–57.
- [44.] Váradi M. (2010): A közfoglalkoztatás útjai és útvesztői egy aprófalvas kistérségben. *Esély*. 1. pp.79–99.
- [45.] Zieliński, M. (2015): Unemployment and labor market policy in Visegrad Group countries. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 10 (3), pp. 185–201.
- [46.] Zimmermann, L. (2012): *Labor market impacts of a large-scale public works program: evidence from the Indian Employment Guarantee Scheme*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2158000##. Accessed 01 December 2017

Authors

Dr. habil Imola Cseh Papp, PhD

associate professor
Eötvös Loránd University
Faculty of Education and Psychology
Institute of Adult Training-Research and Knowledge Management
papp.imola@ppk.elte.hu

Dr. Erika Varga, PhD

associate professor
Szent István University
Faculty of Economics and Social Sciences
varga.erika@gtk.szie.hu



A FALUSI TURIZMUS HELYZETÉNEK ELEMZÉSE GYÖNGYÖSPATÁN

Domoszlai Georgina – Szűcs Antónia

Összefoglalás

Tanulmányunk céljai között szerepelt, hogy megismerjük a falusi szálláshelyeket igénybe vevők jellemzőit, felmérjük a vendéglégedettséget, illetve összehasonlító elemzéseket végezzünk a Gyöngyöspatán lévő vendégházak között, esetlegesen problémákat, hiányosságokat tárjunk fel. Ehhez kérdőíves felmérést végeztünk két vendégháznál, és egy mélyinterjút készítettünk az egyik szálláshely tulajdonosával. A primer adatgyűjtés eredményei alapján elmondható, hogy az alacsony jövedelmi helyzetben lévők, illetve a középkorú emberek veszik igénybe leginkább a falusi szálláshelyek nyújtotta szolgáltatásokat. A szállások igénybevételének oka, hogy vágnak a csendre, nyugalomra, falusi környezetre. A válaszadók több mint fele felévente él a falusi vendégházak nyújtotta szolgáltatásokkal. A legelégedettebbek a vendéglátók hozzáállásával, illetve a vendégházak kinézetével, felszereltségével voltak. A településre látogatók a legelégedettebbek a helyi termékek meglétével, kóstolásával, vásárlási lehetőségeivel voltak.

Kulcsszavak: falusi turizmus, vidékfejlesztés, Gyöngyöspata, turizmusmarketing

JEL: R10

A SITUATION ANALYSIS OF THE RURAL TOURISM IN GYÖNGYÖSPATA

Abstract

The aim of our study was to get acquainted with the characteristics of the users of the village accommodation, to evaluate the satisfaction of the guests, to make a comparative analysis between the guesthouses in Gyöngyöspata and to identify any problems and deficiencies. To do this, we did a questionnaire survey at two guest houses and did an in-depth interview with one of the guesthouse owners. According to the results of primary data collection, low-income and middle-aged people use the services of rural accommodation most of all. The reason for using the accommodation is their desire for silence, quiet and rural environment. More than half of the respondents use the services of village guest houses every half a year. They were most satisfied with the attitude of the hosts and the look and the equipment of the guest houses. Visitors to the settlement were most satisfied with the presence of local produce, tasting them and shopping opportunities.

Key words: rural tourism, rural development, Gyöngyöspata, tourism marketing

JEL: R10

Bevezetés

Napjainkban a turizmus a világgazdaság egyik vezető szektoraként van jelen, egyes prognózisok szerint a turizmus, a kommunikáció és az információ százada a XXI. század (Lengyel, 1997). Vannak olyan országok, ahol az egyetlen versenyképes gazdasági ágazatként van jelen az idegenforgalom. A turizmus története az ókorig nyúlik vissza, nagyobb mértékű terjedését, fejlődését pedig a XIX. század második felében bekövetkezett infrastruktúrafejlődésnek köszönheti, ugyanis ekkor kezdték meg a vasúthálózatok kiépítését Európában (Várhelyi, 2009).

A falusi turizmus nemzetközi megítélése igen sokrétű. L. Robert szerint a rekreációs tevékenységek és a vidéki turizmus differenciáló jellegűek, irányítást és erőforrásokat igényelnek, melyek a turisztikai tevékenységek más típusaitól alapvetően különböznek mind tartalmukban, mind méretükben, illetve együttesen egy megkülönböztetett ágazatot képviselnek (Lesley–Derek, 2003). A nemzeti, illetve a nemzetközi hatóságok és számos kutató a ruraltourism, azaz a vidéki környezetben folytatott turizmus fogalmát a regionális, környezeti turizmusfejlesztéseken, agrár- és vidékfejlesztéseken belül, egymással való kölcsönhatásukban értelmezik, határozzák meg lényegi elemeit (Kovács, 2003). A nemzetközi szakirodalomban a rural, agri-, agro-, zöld-, lágy, farmturizmus általában mint szinonimák jelennek meg, azonban ezek a meghatározások országonként is változó jelentéstartalommal bírnak, a helyi hagyományoktól, kulturális kapcsolatoktól, valamint az agrárstruktúrától függően (Kovács, 2003). Sharpley–Roberts (2004) szerint a vidéki turizmus marketingjének két fő eleme van: a vidéki turisták és úti céljuk. A vidéki turizmus iránti kereslet összekapcsolódik a vidéki térségek sajátosságaiival, és a látogatók fő motivációja a vidéki környezet megtapasztalása. A vidéki térségek általában kevés komparatív előnnyel rendelkeznek, amellyel vonzani tudják a mezőgazdasághoz kapcsolódó iparágaktól eltérő gazdasági tevékenységeket (Wiggins–Proctor, 2001). Okech et al. (2012) szerint a turizmus három területen nyújt előnyt a vidéki térségek számára: (1) több lehetőséget kínál a helyi vállalkozások számára, (2) elősegítheti a gazdasági növekedést, a munkahelyteremtést, az elvándorlás megakadályozását, a közszolgáltatások és az infrastruktúra fejlesztését, a társadalmi kapcsolatok erősödését és a környezet védelmét, (3) a falusi turizmus elősegíti a távoli, nem városi területek jobb elérhetőségét. A vidéki turizmusnak van némi előnye a környezet számára is. Sharpley–Roberts (2004) szerint a vidéki térségekben bekövetkező turisztikai fejlesztést a régió sajátosságainak védelmeként vagy megőrzéseként kell tekinteni. Ebben a megközelítésben a vidéki turizmust a fenntarthatóság szinonimájának tekintik.

A falusi turizmus a mezőgazdasággal és a vidékfejlesztéssel kapcsolatban áll, a mezőgazdasági tevékenységek számára a vidék nyújt teret, így a vidékfejlesztés szerves részét képezi. A mezőgazdasági termelésből származó jövedelem kiegészítéseként a falusi turizmus szerepe jelentős, hiszen hozzájárul a mezőgazdaság vidéki értékeinek megőrzéséhez, erősíti azt (Szabó, 2008). Falak et al. (2014) hangsúlyozza a helyi

lakosság bevonásának szükségességét a vidéki turizmus stratégiájának tervezésekor, hiszen a vidéki turizmus nem lehet sikeres közösségi támogatás nélkül. A vidéki turizmus és a falusi vendéglátás mint stratégiai cél jelenik meg a kormány által kidolgozott Nemzeti Vidékstratégia 2012–2020-ban. Napjainkban a mezőgazdasági tevékenységet végzők egyre gyakrabban választják a falusi vendégház üzemeltetését a gazdaságuk diverzifikálása érdekében.

Jelen vizsgálatunk célkitűzései között szerepelt, hogy megismerjük a falusi szálláshelyet igénybe vevők jellemzőit, felmérjük a vendégek elégedettségét, valamint összehasonlító elemzést végzünk vendégházak között, problémákat, hiányosságokat tárjunk fel a vendégek véleménye alapján, illetve, hogy fejlesztési javaslatokat fogalmazzunk meg. A kérdőíves felmérés alapján az alábbi hipotézisek érvényesülését vizsgáltuk:

Hipotézis (H1): A falusi szálláshelyek célcsoportja az idősebb korosztály.

Hipotézis (H2): A falusi turizmus esetében az utazási célterület döntéshozatalában a rokonok, barátok, ismerősök ajánlása a legmeghatározóbb szempont.

Hipotézis (H3): Egy vidéki település (Gyöngyöspata) nem képes megfelelő programkínálatot nyújtani a falusi vendégházakat látogatók részére.

Hipotézis (H4): Az emberek azért választják általában a falusi vendégházakat, mert olcsó.

Anyag és módszer

Primer adatgyűjtés céljából kérdőíves megkérdezést végeztünk két, Gyöngyöspatán található vendégházban 2018. június és 2019. május között. 100 db kérdőívet töltöttünk ki, elosztva 50-50 darabra a két vendégházban. Emellett az egyik szálláshely tulajdonosával mélyinterjút is készítettünk. A kérdőíves adatok értékelése során leíró elemzések mellett többváltozós módszereket is alkalmaztunk. Összefüggés vizsgálataink a demográfiai jellemzők alapján meglévő véleménykülönbségek feltárására terjedtek ki. Ezek során a kereszttábla és varianciaanalízis módszerét használtuk SPSS szoftver segítségével. Szekunder kutatást a vizsgálati terület bemutatásának érdekében végeztünk KSH-adatok felhasználásával.

Eredmények

A másodlagos adatgyűjtés alapján Gyöngyöspata falusi turizmusa kis részét teszi ki a megyének (1. táblázat). A szálláshelyek vendégei a településen zömében belföldi

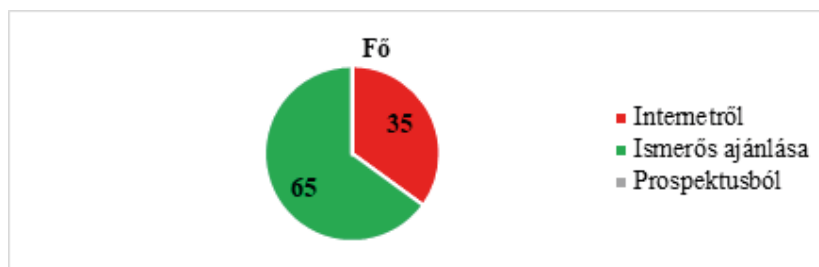
vendégek. A külföldi vendégek igen kis mértékben vannak jelen Gyöngyöspata vidéki turizmusában, habár megyei szinten lényegesen megfigyelhetőek. Megyei, járási, valamint települési szinten is jellemző, hogy az ellátogató vendégek átlagosan kevés éjszakát töltenek el a vendégházakban.

Időszak	Vendéglátók száma – Heves megye (fő)	Vendéglátók száma – Gyöngyöspata (fő)
2014. év	415	3
2015. év	396	5
2016. év	367	5
2017. év	256	4
2018. év	247	3

1.táblázat: A vizsgált település és térsége falusi turizmusának alakulása

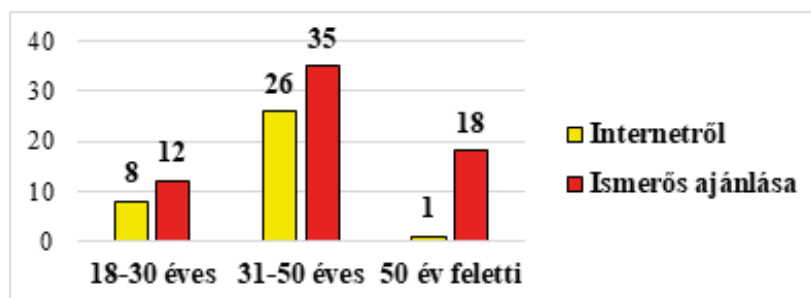
Forrás: Primer adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

A következőkben a primer adatgyűjtés során kapott eredményeket ismertetjük. A kérdőíves megkérdezés során a Pata-tanya vendégházban és a Nandi Magdi vendégházban is 50-50 fő töltötte ki a kérdőívet. Az összes kitöltő közül a nők többségben voltak, 62 fő, a férfiak közül pedig 38 fő válaszolt kérdéseinkre. A megkérdezettek döntő többsége nagyvárosból érkezett a gyöngyöspatai szálláshelyekre, mint például Budapest és agglomerációja, Debrecen. Az életkor szerinti megoszlást tekintve a legtöbb válaszadó (61 fő) 31–50 év közötti volt, ezt követték a 18–30 év közöttiek (20 fő), majd pedig az 50 év felettiek. A kérdőíves eredmények alapján, a 251 000–350 000 Ft közötti jövedelemmel rendelkezők, illetve a középkorú emberek veszik igénybe leginkább a falusi szálláshelyek nyújtotta szolgáltatásokat. A szállások igénybevételének oka, hogy vágnak a csendre, nyugalomra, falusi környezetre, hogy kiszakadjanak a városi életből, valamint vágnak a vendégházak által nyújtott szolgáltatásokra. A megkérdezettek közül a legtöbben ismerős ajánlásából tájékozódtak az általuk választott szálláshelyről, kevesebben pedig internetről, prospektusból pedig egyetlen egy vendég sem (1. ábra). A mélyinterjú során tudomást szereztünk arról, hogy a Pata-tanya vendégháznak hírének a szájhagyomány útján való terjedése igen jelentős, hiszen az üzemeltető elmondása alapján számtalan külföldi vendég is megfordult már ennek köszönhetően. Megszálltak már belga, japán, lengyel, szlovák és amerikai nemzetiségűek is, amellet, hogy a látogatók döntő többsége magyar állampolgársággal rendelkezik. Ebből fakadóan kijelenthető, hogy a marketingnek a turizmusban kulcsfontosságú szerepe van, hiszen ez által tudjuk felkelteni az emberek utazási vágyát, így tudnak a falusi szálláshelyek imázst is építeni. A siker záloga még a széles körben alkalmazott marketinggondolkodás, kiterjedve a falusi turizmus adottságaira és szolgáltatásaira.



1. ábra: A vendégek információs forrásai az általuk választott falusi szálláshelyről (fő)
Forrás: Primer adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

Kereszt táblás elemzési módszerrel vizsgáltuk meg azt, hogy milyen kapcsolat áll fent a vendégek életkora és a szálláshelyről szerzett információs források között. A 18–30 és 31–50 év közöttiek közül a legtöbben ismerősök ajánlásából tájékozódtak, azonban jelentős ezekben a korosztályokban az internetről való információszerzés is (2. ábra). Az 51 év felettiekre nem jellemző, hogy weboldalon keresztül tájékozódjanak. Az összefüggés statisztikailag igazolható: $\chi^2(d)p = 0,01$ ($d = 2$).



2. ábra: A válaszadók falusi szálláshelyről történő tájékozódása életkor szerinti megoszlásban (fő)
Forrás: Primer adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

A kérdőíves felmérés során kitértünk arra, hogy a Gyöngyöspatára utazó turisták milyen célból érkeznek a településre. A válaszok alapján megállapítható, hogy a legtöbben valamilyen rendezvény miatt, illetve pihenés céljából látogattak el a településre. Ezt követő fő ok a vonzó környezet, a környező településen lévő rendezvények és az átutazás volt (3. ábra).



3. ábra: A Gyöngyöspatára érkező turisták utazásának célja (fő)

Forrás: Primer adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

A két vizsgált vendégház, a Pata-tanya vendégház és a NandiMagdi vendégház, különböző szempontjait is megvizsgáltuk, hogy mik voltak azok a tényezők, amelyek befolyásolták a vendégeket a szálláshely kiválasztásánál. A legmeghatározóbb szempont a szállás színvonala volt. Ezt követte a vendégházak elhelyezkedése, korábbi tapasztalat, élmény, a szálláshelyek szolgáltatásai. A legkevésbé befolyásoló ok az ár volt.

A válaszadók több mint fele félévente igénybe veszi a falusi vendégházak nyújtotta szolgáltatásokat. A legelégedettebbek a vendéglátók hozzáállásával, illetve a vendégházak kinézetével, felszereltségével voltak. A legkevésbé elégedettek a vendégházak megközelíthetőségével, azonban az 1–5-ig terjedő Likert-skála átlagos értékei minden szempont esetén 4 feletti értéket kaptak (2. táblázat).

Szempontok	Az elégedettség értékelése átlagosan
a vendégház megközelíthetősége	4,09
a vendégház kinézete, felszereltsége	4,77
a vendéglátók hozzáállása	4,95
a vendégház programjai, szórakozási lehetőségek	4,33
a vendégház szolgáltatásai	4,57

2. táblázat: A vendégházak különböző szempontjainak átlagos értékelései, 1–5-ig terjedő Likert-skálán

Forrás: Primer adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

A településre látogatók a legelégedettebbek a helyi termékek meglétével, kóstolásával, vásárlási lehetőségeivel voltak. A két vizsgált vendégház turisztai eltérő véleményekkel voltak mind Gyöngyöspata, mind a szálláshelyek különböző szempontjaival kapcsolatban. Jövedelemkategóriák szerint vizsgáltuk meg a település elégedettségé-

vel kapcsolatban felmerülő vélemények különbségét. Ezen szempontok esetében igazolható szignifikáns különbség. Az irány ellentétes, tehát az alacsonyabb jövedelemsávokban magasabb, növekvő elégedettség figyelhető meg (3. táblázat).

Szempontok	F-hányad, szignifikanciaszint	Az összefüggés iránya
sportolási lehetőségek	F=3,029 p=0,014	-
programok, rendezvények	F=3,485 p=0,006	-
a település lakossága	F=4,250 p=0,02	-
a közlekedési infrastruktúra, az utak minősége	F=3,773 p=0,04	-

3. táblázat: A településsel való elégedettség jövedelemkategóriák szerint

Forrás: Primer adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

Vizsgálatunk során kitértünk arra is, hogy a Gyöngyöspatára látogató vendégek észleltek-e valamilyen hiányosságot a falusi vendégházakkal, esetleg a településsel kapcsolatban. A kitöltők a szálláshelyek színvonalában, az általuk nyújtotta szolgáltatásokban, programokban, valamint a túrázási potenciálokban nem érzékeltek hiányt. A város nyújtotta szórakozási lehetőségekben, a szálláshelyek nyújtotta szolgáltatásokkal, helyi termékekkel, sajátosságokkal, sportolási alternatívákkal, kulturális értékekkel szemben néhány válaszdó érzett elmaradást. A vizsgált minta véleménye alapján ezeknek a megoldására kreatív településfejlesztésre lenne szükség, mindemellett az utak rendbetételével és az infrastruktúra fejlesztésével növekedhetne az idegenforgalom. Az apróbb hiányosságok ellenére összességében a megkérdezettek közül mindenki ajánlaná másoknak, hogy ellátogasson Gyöngyöspatára, illetve a két vidéki szálláshelyre is.

Következtetések, javaslatok

A H1 hipotézis (a vidéki szállások célcsoportja az idősebb korosztály) elvetendő, ugyanis a vidéki turizmus nyújtotta lehetőségeket a középkorúak (31–50 év) veszik többségében igénybe. A H2 (a falusi turizmus esetében az utazási célterület döntéshozatalában a rokonok, barátok, ismerősök ajánlása a legmeghatározóbb szempont)

hipotézisünk igazolást nyert, a látogatók ismerősök ajánlásából tájékozódtak, internetről kevesebben. A H3 (egy vidéki település nem képes megfelelő programkínálatot nyújtani a falusi vendégházakat látogatók részére) hipotézisünk nem igazolódott be, a megkérdezett mintából a legtöbben valamilyen programra, rendezvényre érkeztek a gyöngyöspatai vendégházakba. A településen lévő vendégházak, a helyi borászok és az önkormányzat között nagy az együttműködés. Ezt az is bizonyítja, hogy minden évben megrendezésre kerül a Vulkanikus Borok Fesztiválja, melyre évről évre egyre többen látogatnak el. A H4 (az emberek azért választják általában a falusi vendégházakat, mert olcsó) hipotézisünk szintén elvetendő, mert a vidéki szállások igénybevételének fő okai között a városi életből való kiszakadás és a vidék nyújtotta nyugodt környezet jelent meg döntő hangsúlyban, illetve az árak nem jelentek meg befolyásoló tényezőként.

Véleményünk szerint a turisták számának növelése érdekében marketingeszközök hatékonyabb használatára lenne szükség. A vendégházak, az önkormányzat, valamint a helyi borászok közötti nagyfokú együttműködést kihasználva, közös munkával érdemes lenne egy turisztikai prospektust és egy internetes honlapot készíteni. A településre látogatók számára ezzel megfelelő információ nyújtható mind a település, mind a vendégházak programjairól, a város nevezetességeiről, sportolási és túrázási lehetőségekről, a helyi termékekkel kapcsolatban.

Mindent összevetve megállapíthatjuk, hogy vizsgálataink tényszerű eredményeket hoztak, kutatási kérdéseinkre minden esetben egyértelmű választ kaptunk. Jövőbeni kutatási céljaink között szerepel egy ennél átfogóbb vizsgálat, amely a falusi turizmus térségi összehasonlítására irányulna.

Hivatkozott források

- [1.] Falak, S. – Chiun, L. M. – Wee, A. Y. (2014): A repositioning strategy for rural tourism in malaysian-community's perspective, 5th Asia Euro Conference 2014. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 144, pp. 412–415.
- [2.] Kovács D. (2003): *A falusi turizmus hagyományai*. Budapest: Mezőgazda Kiadó
- [3.] Lengyel M. (1997): *A turizmus versenyképességét befolyásoló tényezők*. Budapest: Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, pp. 5–8.
- [4.] Lesley, R. – Derek, H. (2003): *Rural tourism and recreation: Principles to Practice*. USA: CABI Publishin, Cambridge.

- [5.] Okech, R. – Haghiri, M. – George, B. P. (2012): A sustainable development alternative: an analysis with special reference to Luanda, Kenya, Sustainability. *Special Issue: Tourism and Environment in the Shift of a Millennium: A Peripheral View*, Vol. 6, No. 3, pp. 36–54.
- [6.] Sharpley, R. – Roberts, L. (2004): Rural Tourism – 10 Years On. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 6, pp. 119–124.
- [7.] Szabó B. (2008): *A falusi turizmus helyzete és gazdasági kérdései*. Budapest: MTA Társadalmtudató Központ.
- [8.] Várhelyi T. (2009): *A turizmus fejlesztése*. Eger: Líceum Kiadó, pp. 19–22.
- [9.] Wiggins, S. – Proctor, S. (2001): How Special Are Rural Areas? The Economic Implications of Location for Rural Development. *Development Policy Review*, 19(4). London: Blackwell Publishing.

Szerzők

Domoszlai Georgina

gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök szakos hallgató
4. évfolyam
domoszlaigeorgina@freemail.hu

Dr. Szűcs Antónia

adjunktus
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus
szucs.antonina@uni-eszterhazy.hu

INKLUZÍV PEDAGÓGIA

Gupcsó Katalin

Összefoglalás

A társadalmi méretű integráció, és az az elv, hogy semmilyen csoport, egyén ne legyen hátrányosan megkülönböztetve, kirekesztve a társadalomból, többek között az iskolák feladata, melyre felkészültnek kell lenniük, és az intézményeknek igazodniuk kell az elvárásokhoz, hogy saját működésüket optimálissá tudják tenni, ezért napjainkban a pedagógiai munka legnagyobb kihívását a sikeres integráció megvalósítása jelenti.

A feltáró kutatásom nem reprezentatív, a feltárt eredmények tájékoztató jellegűek, mellyel a céloom elsősorban a megismerés, egy átfogóbb kutatás megalapozása volt. Az eredmények tükrében elmondható, ahhoz, hogy az integrált nevelés megvalósulhasson egy oktatási intézményben, vagy, hogy sikeresen működjön, s biztosítsa a kívánt eredményt, elengedhetetlen a társadalom minden tagjának – szülők, családtagok, pedagógusok – tájékozottsága, együttműködése és befogadókészsége.

Kulcsszavak: *inklúzió, inkluzív pedagógia, integráció, esélyegyenlőség, differenciált oktatás*

JEL: A2

INCLUSIVE PEDAGOGY

Abstract

Social inclusion and the principle of non-discrimination, exclusion of any group and individual are among the tasks of the schools, which must be prepared and institutions must meet the expectations in order to optimize their operations. Today, the greatest challenge in pedagogical work is to achieve successful integration.

My exploratory research is not representative; In the light of the results, it is essential for all members of society - parents, family members, educators - to be integrated, inclusive and inclusive in order for integrated education to be implemented in an educational institution or to be successful and deliver the desired results.

Keywords: *inclusion, inclusive pedagogy, integration, equal opportunities, differentiated education*

JEL: A2

Bevezetés

Magyarországon a '90-es években új lehetőségeket nyitott meg két törvénynek a megjelenése, melyek egyben új kihívások elé is állították a pedagógustársadalmat. Az 1993. évi LXXIX. Köznevelési törvény a közreműködőknek előírja a gyermekkel, tanulóval kapcsolatos döntéseik, intézkedéseik meghozatalakor az egyenlő bánásmód követelményének a megtartását. A Fogyatékos személyek jogairól és esélyegyenlőségük biztosításáról szóló 1998. évi XXVI. törvény pedig a fogyatékossgal élő személyek életminőségét javítja, és lehetővé teszi számukra, hogy az ép társaikhoz hasonlóan ők is aktív részeseivé válhassanak a társadalomnak.

Az integrált nevelés bevezetését komoly viták előzték meg, annak ellenére is, hogy az együttnevelést jól megvalósító országok már jó tapasztalatokkal rendelkeztek. Magyarországon az integráció, azaz a fogyatékos, akadályozott, más szóval speciális nevelési szükségletűeknek a nem fogyatékosok közé való beillesztése, beolvasztása, valamint a társadalmi kirekesztés csökkentése az Európai Unióhoz való csatlakozásunk által került fokozottan előtérbe (Furcsa, 2015).

Az utóbbi időszak migrációs folyamatai egyre inkább előtérbe helyezik az inkluzivitás minden területre történő kiterjesztését, ami többek között a nyitott partneri együttműködésen alapszik. Az inkluzív szemlélet szükségességének felismerése az esélyegyenlőség témaköréhez kapcsolódik, és a minőségi oktatási környezet a hatékonyság, eredményesség, méltányosság metszetében helyezkedik el. A kooperáció horizontális elveivel kiegészítve e hármas megközelítést az inkluzív nevelési környezetet elengedhetetlen feltételeként is értelmezhetjük. Az esélyegyenlőség és méltányosság együttes biztosítása feltételezi az inkluzív (befogadó) társadalmi környezet meglétét, vagyis a hátrányos megkülönböztetés ellen és az esélykiegyenlítés érdekében megvalósított társadalmi cselekvések önmaguk hordozzák az inkluzió ismérveit (Varga, 2015).

A pedagógiai munkának is az egyik legnagyobb kihívása az integráció sikeres megvalósítása lett (Bábosik–Torgyik, 2007). 21. századi integrált nevelési kontextusban is fontos szem előtt tartani a digitális technikák és eszközök bevonását az oktatási folyamatokba, beleértve a pedagógusok digitális kompetenciáját mérő eszközök ismeretét és használatát is (Szaszko, 2019). Fontos szempont a modern életkézségek elsajátításának integrálása a nevelésbe (Furcsa, 2016).

Anyag és módszer

Feltáró jellegű kutatásomat 2019 őszén végeztem egy Észak-alföldi régió vidéki kisvárosában. A célom a megismerés volt, vagyis az inkluzív pedagógia témájának meg-

közéltetéséhez áttekintés szerzése egy átfogóbb kutatás megalapozásához. Szekunder kutatásom során a témához kapcsolódó törvények, szakirodalmak, publikációk, kutatási beszámolók segítségével tisztázom a fogalmakat.

A kis mintaszámú, félig strukturált interjú során a témában kompetens pedagógusokkal, pedagógiai asszisztenssel, szociális munkással, iskolai védőnővel folytatott kiscsoportos és mélyinterjú során arra kerestem a választ, hogyan valósul meg az inklúzió, az együttnevelés az intézményükben, miként kezelik a fogyatékoság problémáját, és milyen módszerek alkalmazhatók az inkluzív pedagógia sikere érdekében. Az interjúban nyolc ember vett részt, de senki nem járult hozzá, hogy a nevét vagy a települést, intézményt megnevezzem. A válaszadók nem adták a beleegyezésüket, az anonimitás teljes megőrzése ellenére sem, ugyanis ha ezt nem garantálom számukra, akkor sajnos nem lett volna interjúalany a szakkikk megírásához. A megírt cikket be kellett mutatnom a meginterjúvolt személyeknek és az intézmény vezetőjének is. Ezt megtettem, biztosítva őket, hogy nem sértettem meg az anonimitást velük szemben.

Az interjú során mindenkinek ugyanazokat a kérdéseket tettem fel, de ez a választott technika lehetőséget biztosított arra, hogy a válaszadások alapján további kérdéseket tegyek fel. Az alapkérdések az alábbiak voltak:

- Hogyan valósul meg az inklúzió, az együttnevelés az intézményükben?
- Hogyan kezelik a fogyatékoság problémáját az intézményükben?
- Milyen módszerek alkalmazhatók az inkluzív pedagógia sikere érdekében?

Eredmények

Magyarországon az egyenlő bánásmódról és az esélyegyenlőség előmozdításáról szóló 2003. évi CXXV. tv. biztosítja azt a demokratikus társadalmi minimumot, hogy senki nem kerülhet hátrányba valós vagy vélt egyéni adottságai vagy valamilyen csoporthoz tartozása miatt. Az oktatási szolgáltatások megkülönböztetésmentes elérését mint esélyegyenlőségi kritériumot a 2011. évi CXCV. tv. is biztosítja.

A társadalmi méretű integráció, és az az elv, hogy semmilyen csoport, egyén ne legyen hátrányosan megkülönböztetve, kirekesztve a társadalomból többek között az iskolák feladata, melyre felkészültnek kell lenniük, és az intézményeknek igazodniuk kell az elvárásokhoz, hogy saját működésüket optimálissá tudják tenni, ezért napjainkban a pedagógiai munka legnagyobb kihívását a sikeres integráció megvalósítása jelenti (Bábosik–Torgyik, 2007). Az integráció hívei szerint az együttnevelés az egyik előfeltétele a fogyatékosok teljes társadalmi integrációjának (Bánfalvy, 2008).

A szakirodalmak szerint az integráció a különálló részeknek az egészbe való beillesztését, beolvadását jelenti, ami a pedagógia esetében, a tanítási-tanulási folyamatnál

alkalmazva azt jelenti, hogy összefoglalja azokat a nevelési-oktatási, képzési módokat és törekvéseket, amelyek demokratikusak, mert „minden” tanulónak lehetősége van tanulni (Réthy, 2007). A pedagógiában az integráció azt jelenti, hogy a sajátos nevelési igényű gyereket az iskola a már meglévő struktúrájába helyezi el, és elvárja tőle, hogy alkalmazkodjon, és tudjon ugyanúgy teljesíteni, mint az ép társai. Az integráció tehát a fogyatékos és nem fogyatékos gyerekek együttnevelését, tanítását foglalja magába, ami kiegészül a gyógypedagógiai, a korrekciós és a terápiás foglalkozásokkal. Az integráció az emberek együttélésében alapvető jog, az emberi együttélés normája, az oktatás szempontjából pedig, „új” lehetőségeket kínál a „normál” pedagógia és a gyógypedagógia együttműködésére, megújulására egyaránt (Bábosik–Torgyik, 2007).

Az integráció helyszíne az iskola, ami a társadalmi célok megvalósításának fontos színtere, egyben egy olyan nevelési-oktatási intézmény, mely biztosítja a mindennapi kultúrában való részvételt, felkészíti a társadalmi feladatok, a problémák szociális és érzelmi szinten történő kezelésére. Az iskolai osztály mellett, hogy szociális rendszer, egyben demokratikus társadalom is (Dietrich–Tenorth, 2003).

A fogyatékos, vagy a tanulásban akadályozott gyermekek és a nem fogyatékos kortársaik együttnevelése közös tanulási térben történik, ami elengedhetetlen az optimális fejlődésük szempontjából, ezért rendelkezésre kell álljon minden eszköz és segítség az oktatáshoz – tárgyi, személyi, környezeti feltételek, adekvát pedagógiai módszerek, pedagógiai tudás, a többi gyermek és szülő, valamint a pedagógusok elfogadó attitűdje. Az integráció egyben azt is megköveteli az iskoláktól, hogy minden tanulót a másság címkéje nélkül, de a saját képességeinek megfelelően fejlesszen, mert felnőttként csak így lesznek képesek integrálódni a társadalomba (Bábosik–Torgyik, 2007, Schiffer, 2008, Jákliné).

Elengedhetetlen, hogy a középpontban a speciális nevelési szükségletek és ezek kielégítése álljon, mert a tanulók akkor fejlődnek a legjobban, ha olyan képességeket vesznek célba a fejlesztésük során, amelyben ügyesek és gyakorlottak. Számukra a képzés mindig individuálisan (egyéni szinten) megfogalmazott tanulási lehetőség (Bábosik–Torgyik, 2007, Jákliné).

A törvények és rendeletek szabályozta iskolák működésének alapvető feltétele a kapcsolati háló működtetése, amelyek a pedagógust, a tanulót és a szülőt kötik össze. Az iskola mint tanulási környezet hozzájárul az általános szocializációhoz, melynek révén a tanulók az osztályban folyó munka által elsajátítják társadalom normáit, értékeit és ismereteit, valamint megtanulják, hogyan is kell a normákat, különbségeket észrevenni. A szocializációs folyamat egész életen át tart, amelynek során egy személy viselkedése úgy módosul, hogy megfeleljen a környezete által vele szemben támasztott követelményeknek (Bábosik–Torgyik, 2007; Czike, 2006; Kozma 2001).

A befogadó pedagógusnak gyermekközpontúnak kell lennie, pozitív szemlélettel kell rendelkeznie, amely lehetővé teszi annak az elfogadását, hogy minden gyermek más, ezáltal mások a szükségletei is, mások a megoldási módjai, és más bánásmódot

igényel. A tanítási helyzeteket, az osztálytermi folyamatokat ennek megfelelően alakítva differenciáltan foglalkozhat minden egyes tanulóval. A pozitív attitűd, empátia, tolerancia azok a személyiségjegyek, amelyek megléte, formálása, alakítása mindenképpen feltétele az együttnevelésnek. A nevelés folyamatában a pedagógus irányítja a tanulók tevékenységét, fejlesztve képességeit, ami által alakul ki az egyén értékrendszere, személyisége, és tudja teljesíteni a vele szemben támasztott követelményeket is. A nevelés folyamatában elengedhetetlen szerepe van az „egyéni bánásmódnak”, ami, ha jól van alkalmazva, akkor ösztönzőleg hat a pedagógus és a tanuló kapcsolatára. A nevelés nemcsak a normák gyűjteménye, hanem a differenciáltság, a másság figyelembevétele is (Bábosik és munkatársai, 2011; Kozma, 2001; Nagy, 2000).

A pedagógia különbséget tesz az integráció és inklúzió között, így abban az esetben beszélünk integrációról, amikor a SNI gyermeket az iskola már meglévő struktúrájába helyezik el és elvárják tőle, hogy alkalmazkodjon, és tudjon ugyanúgy teljesíteni, mint az ép társai. Ezzel szemben az inklúzió a tanulási folyamatban figyelembe veszi az egyéni képességeket minden tanulónál – tehetséges vagy SNI diák – ezzel biztosítva a fejlődési ütemét. Az inkluzív (befogadó) iskola nem csak a SNI tanulókat, hanem az átlagtól eltérő képességű tanulókat is tudja együtt nevelni (Jákliné).

A nevelés-oktatás akkor hatékony és eredményes, ha a tanulók különböző képességeinek és adottságainak megfelelően az egyénre szabott differenciált módszerek alkalmazásával történik, melynek ismérve, hogy alapvetően arra épít, hogy a gyermekek miben jók, és ezt hogyan lehet transzferálni más területekre (Jákliné).

Az inkluzív pedagógia elvárja a tanártól, hogy együttműködjön a tanulókkal, vagyis aktív résztvevője legyen a tevékenységi folyamatnak, irányítson, szervezzon, instrukciókat adjon, és segítsen, ahol kell, amivel azt fejezi ki, hogy mindez számára nem közömbös. Iskolai környezetben a pedagógus és gyermekek intrinzik motívációjának növelése hatékonyan hozzájárul a pedagógiai munka eredményességéhez (Ryan–Deci, 2000; Sinka–Szaszko–Kisné Bernhardt, 2017).

2019-ben a témában kompetens pedagógusokkal, pedagógiai asszisztenssel, szociális munkással, iskolai védőnővel folytatott kiscsoportos és mélyinterjú során arra kerestem a választ, hogyan valósul meg mindaz, amit a szakirodalmakban az inklúzióról és az inkluzív pedagógiai módszerekről, az együttnevelésről, a fogyatékosság problémájáról megtudtam.

A nyolc emberrel készített, kötetlen formában zajlott interjú eredményeit az alábbiakban foglalom össze.

A megkérdezettek szerint az integrációnak egyrészt abból a szempontból van értelme, hogy a gyerek az iskolában ép társaival együtt szocializálódik, a közösség jó hatással van a viselkedésére, magatartására. *„A SNI tanulóknak lehetősége van normál képességű tanulókkal nevelődni, tanulni, mert így kisebb az esélye, hogy kirekesztődik a társadalomból.”* „Az integráció által esélyt adva a teljes társadalmi beilleszkedésre a jövőre nézve, így van esélye a szegregáció elkerülésére.”

A többség véleménye azonban az, hogy *„nem tudja megoldani az SNI tanulók megfelelő fejlesztését azon tantárgyak esetén, amely tantárgyaknál a heti 1,5 óraszám (2X45 perc)”*.

Az interjúalanyok válaszából kiderült, hogy tapasztalatuk szerint a speciális nevelési igényű tanuló vagy csendes, figyel, a többiektől elzárkózva dolgozik az órán, vagy épp ellenkezőleg, hangoskodik, folyamatosan zavarja a magatartásával az órákat, nem lehet fegyelmezni, a társaival agresszív, provokatív, a szigorú házirendet képtelen betartani.

„A SNI gyerek egyedül ül a padban, és az osztályban leghátul. A gyerekek/osztálytársak 3. és 4. osztályos korukban kezdik a kirekesztést, melynek oka, hogy észreveszik a másságot, és csúfolják őket. A pedagógus nem szól rájuk, mert ő sem látja szívesen az osztályban a SNI gyereket. Nincs befogadás, segítőkészség, csak kiközösítés!” *„A teljesítménycentrikus pedagógiában peremhelyzetbe kerül a SNI gyerek.”* *„Sajnálom azokat a gyerekeket, akik a tőle sokkal jobb képességű gyerekek között nap mint nap szembesülnek azzal, hogy ők mások, ami frusztrációhoz vezet.”*

A negatív magatartásbeli viselkedést mutató diák esetében a szülőt is bevonják az iskola–igazgató–osztályfőnök–szülő konzultációba, hogy közösen beszéljék meg, mi szükséges mind az iskola mind a szülő részéről a tanulási fejlődés, a szakmai ismeretek elsajátításának előmozdítására, a kudarcok csökkentésére, és milyen módszerekkel tud az iskola hatékonyan dolgozni a gyermek sikerélményének elérése érdekében. Többen említették, hogy azok a szülők, akik fontosnak tartják gyermekük fejlődését, együttműködőbbek a pedagógussal, ezáltal harmonikus kapcsolat alakul ki köztük, míg általános vélemény, hogy a nehezen kezelhető diák esetében a szülő többnyire elutasító.

Említettek olyan esetet is, amikor a szülő rendkívül erőszakosan utasította gyerekeit, hogy tartsa be a szabályokat, melynek nyomatékosítására a pedagógus és igazgató előtt jól nyakon is verte.

A megkérdezett pedagógusok közül csak egynek volt teljesen pozitív a véleménye, mert ő a pályája során csak maximálisan együttműködő gyerekekkel és szülővel találkozott. *„Számomra az integráció természetes, magától értetődő dolog. Együtt neveljük a fogyatékkal élő – a tehetséges- és átlagos képességű tanulókat.”* *„Az integráció valóban az együttnevelést jelenti. Nagyon sokat jelent számukra egy irányítottan elfogadó, jó mintákkal szolgáló közösség. Ebben önmagához képest fejlődhet anélkül, hogy frusztrálva érezné magát.”* *„Egyenlő lehetőségek – egyenlő esélyek – személyre szabott haladási tempó.”*

Szintén általános véleménye a megkérdezetteknek, hogy egy nagyon problémás tanulóval nehezen tudnak dolgozni, mert az órai feladatokat nehezen végzi el. Tapasztalatuk szerint az ilyen diák abban az esetben is lassítja az órai munkát, amikor segítség nélkül is meg tudja oldani a feladatot, azért, hogy ő legyen a középpontban.

A pedagógusok kollégáik véleményére is hivatkozva fogalmazták meg álláspontjukat a speciális nevelési igényű gyerekek szüleinek az együttműködési hajlandóságáról. Az egyik legnagyobb, szinte megoldhatatlan problémának az SNI diák fegyelmezését

tekintik. Mivel a pedagógus keze meg van kötve, csak beírásokat adhat (osztályfőnöki, igazgatói), amire egyes szülők nem is reagálnak, sőt a nagyon magatartási problémás tanulók estében a gondviselő még a szülői értekezletre se jár.

Az interjú során azt is megtudtam, hogy „*a SNI gyerekek annyit vannak osztályban amennyit kell*”. Az intézményi foglalkozások közösek, azaz a készségtárgyakat – rajz, technika, ének, testnevelés – az osztállyal közösen tanulják, a többi tárgyat viszont gyógypedagógus, fejlesztőpedagógus tanítja.

Az interjú során a megkérdezettek szintén nagy problémának tartják azt, hogy „*sok küzdelem van addig, míg elviszik a szülők a gyereket vizsgálatra*”. Mindannyian úgy látják, hogy az a legfontosabb, hogy mielőbb feltárják a szakemberek a gyerek hiányosságait. A szakember szerint nehezen győzhető meg a szülő arról, hogy a gyerekkel probléma van az órákon, de az is előfordul, hogy szégyelli a szülő, hogy „*ilyen*” a gyereke. Tapasztalataik szerint előfordul, hogy a szülő anyagi okok miatt el se viszi a gyereket vizsgálatokra, vagy ha el is viszi, nem kér segítséget, nem tájékoztatja az oktatási intézményt az eredményről. Beszámoltak olyan esetről is, amikor a szülő a „*probléma*” felmerülése után másik iskolába íratta át gyermekét, aminek a következménye az lett, hogy az új osztálytársak csúfolták, így tovább romlott a helyzet. „*Nagyon nehéz így dolgozni!*” – mondta az egyik megkérdezett. A segítség hiánya elvezethet oda, hogy a gyermek szükségletei háttérbe szorulnak, s következménye lehet a nemkívánatos megnyilvánulás a közösségben, és a tanuló nem tud kellő empátiával fordulni másokhoz (Bábosik és munkatársai, 2011; Kozma, 2001; Németh, 1997; Séra, 2007).

Az egyik meginterjúvolt pedagógus elmondása szerint az intézményünkben adottak az integrációhoz szükséges eszközök, a személyi, tárgyi feltételek, mint például a mozgásfejlesztéshez szükséges, jól felszerelt tornaterem, vagy a kognitív fejlesztéshez a játékeszközök, így teljes egészében megvalósulhat az inkluzív pedagógia.

Az interjú során megtudtam, hogy az inklúzió intézményen belüli megvalósulása, sikeressége nagyban függ a pedagógus hozzáállásán. A tanárnak az integrációhoz, a sajátos nevelési igényű tanulókhöz, az egyes tanulók közötti különbségekhez és a különbségek kezelésének hatékony eszközeihez való viszonya nagymértékben befolyásolja az együttnevelés sikerességét, amihez megfelelő módszerekre, segédanyagokra, további (speciális) tudás megszerzésére, készségekre, tapasztalatokra is szüksége van. „*Tanórán az érintett tanulók más jellegű, könnyebben megoldható feladatokat kapnak. A házi feladat is más, mint a többi tanulóé, illetve a számonkérés során is más feladatsort kapnak.*” „*Hosszabb időt biztosítok a feladat megoldására. Olyan feladatot készíték, ami a tanuló adottságainak/képességeinek megfelel.*”

Hacsak a tanár nem a tanterem leghátsó padjába, egyedül ülteti a SNI gyereket, már tett valamit annak érdekében, hogy a többi diák ne csúfolja, ne rekessze ki. Szintén sokat tehet a tanár az elfogadás érdekében, ha még az elején elfojtja a diáktársak megbélyegzését, valamint szorgalmazza az SNI tanuló/tanulók közös rendezvényeken való részvételét.

A megkérdezettek a SNI tanulók oktatásához keveslik a speciális szakembert, illetve véleményük szerint a pedagógusképzés során is nagyobb hangsúlyt kellene fektetni a megfelelő oktatástechnikák, alkalmazható, bevált módszerek elsajátítására. *„A mi intézményünkben hatékony az inkluzív pedagógia. Több pedagógus elvégezte ezt a szakot.” „Az intézmény minden pedagógusának ilyen irányú végzettségének is kellene lennie.” „Befogadó, elhivatott személyiségű pedagógusok kellenek.”*

A pedagógusok szerint differenciált munkával a tanulók felzárkóztathatóak, beilleszkedésük könnyebb az osztályközösségbe. *„Külön felzárkóztató foglalkozások, kis létszámú csoportokban a SNI gyerekeknek tanórán kívül, és az osztálytermekben pedagógiai asszisztens segítené a pedagógus munkáját.” „Több szakemberre lenne szükség, valamint magasabb óraszámra.”*

„Véleményem szerint a pedagógusok továbbképzése, és megfelelő fejlesztőeszközök – új módszerek – alkalmazása, mely igazodik a tanulók egyéni sajátosságaihoz.” „A pedagógus tudjon új módszereket alkalmazni, de szükségesek a megfelelő eszközök.” „A pedagógusképzésben nagyobb figyelmet kellene szentelni azoknak a módszereknek az elsajátítására, amelyek segítségével egyénileg fejleszthetőek a nehezen kezelhető, problematikus személyiségű tanulók.” „Továbbképzések, szakmai tapasztalatcserék, szakmai anyagok biztosítása, több idő a szakemberekkel (gyógypedagógus, fejlesztőpedagógus) való szakmai beszélgetésekre, speciális feladatlapok, segédeszközök.”

Differenciált munka alatt az SNI gyerekeknek az adott életkorú osztályban tanítását értik, csak az egyéni képességnek megfelelően más jellegű feladatokat adnak nekik. A differenciálás speciális figyelmet és felkészültséget igényel, amihez külön bánásmód, több idő és szeretet kell.

Következtetések, javaslatok

A feltáró kutatásom nem reprezentatív, a feltárt eredmények tájékoztató jellegűek, mellyel a céloom elsősorban a megismerés volt. Az eredmények tükrében elmondható, ahhoz, hogy az integrált nevelés megvalósulhasson egy oktatási intézményben, vagy, hogy sikeresen működjön, s biztosítsa a kívánt eredményt, elengedhetetlen a társadalom minden tagjának – szülők, családtagok, pedagógusok – tájékozottsága, együttműködése és befogadókészsége. Az interjú során a megkérdezettek által felvázolt problémák alapján elmondható, elengedhetetlen, hogy a pedagógusok átfogó ismeretekkel rendelkezzenek a sajátos nevelési igényű tanulók szociális háttéréről, problémáiról, illetve tudjanak azok esetleges okairól, melynek tudatában a sajátos nevelési igényű tanulók számára a legmegfelelőbb oktatási módszereket és megoldásokat tudják alkalmazni.

Abban az esetben, ha a sajátos nevelési igényű gyermekek a kezdetektől fogva olyan ép társakkal együtt szocializálódnak, akiknek az alkalmazkodás nem esik nehe-

zére, és jó példát tudnak mutatni, akkor a nehézségekkel küzdő gyermekeknek több lehetősége és esélye lesz ahhoz, hogy teljes értékű tagjává váljanak az őket körülvevő szűkebb és tágabb környezetüknek.

Az inkluzív iskola olyan intézmény, amely minden tanulója számára közös nevelést-oktatást nyújt, cél szerint differenciál, figyelembe veszi a tanulók fejlődési szintjeinek különbségeit, kooperatív mindenki számára, a mindenkivel való együttes tanulást teszi lehetővé (Halász, 2001; Schaffhauser, 2011). A tanulás szervezésében a differenciálásnál figyelembe kell venni a pedagógiai szemléletet, amely a pedagógus érzékenységét fejezi ki a tanuló egyéni különbségei iránt, és a pedagógiai gyakorlatot, mely a különbségekhez való illeszkedést igyekszik megvalósítani a rendelkezésre álló eszközökkel.

Véleményem szerint a jövő pedagógusképzésében nagyobb figyelmet kellene szentelni azoknak a módszereknek az elsajátítására, amelyek segítségével a nehezen kezelhető, problematikus személyiségű tanulók egyénileg fejleszthetőek. Az intézmények csak úgy tudnak hatékonyabban fellépni az inkluzív pedagógia érdekében, ha a pedagógusképzést is fejlesztenek ebbe az irányba.

Hivatkozott források

- [1.] Bábosik I. – Borosán L. – Hunyady Gy.né – M. Nádasi M. – Schaffhauser, F. (2011): *Pedagógia az iskolában. A szociális életképesség megalapozása*. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest.
- [2.] Bábosik I. – Torgyik J. (2007): *Pedagógusmesterségek az Európai Unióban*. Eötvös József Könyvkiadó, Budapest.
- [3.] Bánfalvy Cs. (szerk.) (2008): *Az integrációs cunami. (Tanulmányok a fogyatékos emberek iskolai és társadalmi integrációjáról.)* ELTE Bárczi Gusztáv Gyógypedagógiai Főiskolai Kar, ELTE Eötvös Kiadó, Budapest.
- [4.] Czike B. (2006): *A pedagógusszerep változása*. Eötvös József Könyvkiadó, Budapest.
- [5.] Furcsa L. (2015): A társadalmi-gazdasági helyzet és az iskolai teljesítmény összefüggései. In Elekes Gy. (szerk.): *Elmélet a gyakorlatban*. Udvarhely Kultúrájáért Egyesület, Székelyudvarhely. 45–50.
- [6.] Furcsa L. (2016): XXI. századi készségek tanítása az elméleti modellek tükrében. In Elekes Gy. (szerk.): *Gyakorlat az elméletben*. Udvarhely Kultúrájáért Egyesület, Székelyudvarhely. 19–28. ,
- [7.] Halász G. (2001): *A magyar közoktatás az ezredfordulón*. Okker Kiadó, Budapest.

- [8.] Hercz M. (2008): Az inklúzió fogalmának értelmezései és azok ellentmondásai. In Bánfalvy (szerk.): *Az integrációs cunami. (Tanulmányok a fogyatékos emberek iskolai és társadalmi integrációjáról)*. ELTE Bárczi Gusztáv Gyógypedagógiai Főiskolai Kar, ELTE Eötvös Kiadó, Budapest. 191–223.
- [9.] Deitrich, J. – Tenorth, H-E. (2003): *A modern iskola kialakulása és működése*. Műszaki Könyvkiadó, Budapest.
- [10.] Kozma B. (2001): *Pedagógia II. Neveléelméleti alapismeretek*. Comenius Bt., Pécs.
- [11.] Kozma T. (2001): *Bevezetés a nevelésszociológiába*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- [12.] Nagy J. (2000): *XXI. század és nevelés*. Osiris kiadó, Budapest.
- [13.] Réthy E. (2007): Integráció, inklúzió Európában. In: Bábosik I. – Torgyik J. (szerk.): *Pedagógusmesterségek az Európai Unióban*. Eötvös József Könyvkiadó, Budapest. 217–240.
- [14.] Ryan, R. M. – Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*. Vol. 55, No 1. 68–78.
- [15.] Schaffhauser F. (2011): Az iskola feladata a sajátos nevelési igényű tanulók integrálásában – az inklúzió pedagógiája. In Bábosik I. – Borosán L. – Hunyady Gy.-né – M. Nádasi M. – Schaffhauser, F. (szerk.): *Pedagógia az iskolában. A szociális életképesség megalapozása*. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest. 263–349.
- [16.] Schiffer Cs. (2008): Az inklúzió fogalmának értelmezései és azok ellentmondásai. In Bánfalvy Cs. (szerk.): *Az integrációs cunami. (Tanulmányok a fogyatékos emberek iskolai és társadalmi integrációjáról)*. ELTE Bárczi Gusztáv Gyógypedagógiai Főiskolai Kar, ELTE Eötvös Kiadó. 45–61.
- [17.] Séra L. (2007): Motiváció az osztályban – avagy amit egy pedagógusnak a motivációról tudnia kell. In: Bábosik I. – Torgyik J. (szerk.): *Pedagógusmesterségek az Európai Unióban*. Eötvös József Könyvkiadó, Budapest. 149–175.
- [18.] Sinka, A. – Szasztkó, R. – Kisé Bernhard, R. (2017): Információs Társadalmi Technológiák a tanítóképzésben: motivációs utak és innováció. In: Polonyi T. – Abari K. (szerk.): *Digitális tanulás és tanítás*. Debreceni Egyetemi Kiadó, Debrecen. 83–93.

- [19.] Szaszó, R. (2019): Pedagógusok digitális kompetenciái: mérő- és önértékelő eszközök. *Létünk* (Újvidék), 53–64.
- [20.] Varga A. (2015): Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar Neveléstudományi Intézet Romológia és Nevelésszociológia Tanszék – Wlislócki Henrik Szakkollégium, Pécs, 2015. Készült a TÁMOP 4.1.1.d-12/2/konv-2012-0009 komplex hallgatói szolgáltatások fejlesztése hátrányos helyzetű hallgatók részére a Wlislócki Henrik Szakkollégium szervezésében című projekt támogatásával.
- [21.] Jákliné Péri E. : *SNI-tanulók integrációs oktatásának módszertana a tanulásban akadályozott gyermekekre fókuszálva* <http://www.amk-perkata.sulinet.hu/oldal/T%C3%A1mop%203.1.4/Iskola/V%C3%89GLEGES%20SNI.pdf>
- [22.] <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1100190.tv>

Szerző

Gupcsó Katalin
e-mail: kgupcso@gmail.com



THE ATTENDANCE ABOUT SPORT EVENTS OF THE 50+ COHORTS

Hegedüs, Réka – Csóka, László – Törőcsik, Mária

Abstract

The population of Hungary, similar to the European countries, shows an ageing tendency. The life expectancy at birth and after 65 is growing, as a consequence of which the increased years of life can become meaty besides adequate life quality. An important related area is activity and sports. Accordingly, it can become a priority task to involve the older generations into sport consumption and sport tourism. In their study the authors examine the connections between the attitudes toward sports and sport tourism among the Hungarian population with particular regard to the 50-70 years old people. Based on the results of the survey, carried out within the framework of the project EFOP-3.6.2-16-2017-003: “Cooperative Research Network in Economy of Sport, Recreation and Health”, focusing on the sport consumption habits of the Hungarian population the sport-attitudes and travels by reason of sport of the elderly cohorts are demonstrated. On this basis proposals, sports and public health programmes and sports tourism projects can be drafted, which could level up the consumption and activities of the elderly to a higher level.

Key words: senior marketing, ageing, sport, sport tourism

JEL: M31, Z29, Z30

Introduction

Sport, transforming into a worldwide leisure time movement since the second half of the 19th century (Elias, 1971), has extended the related researches and economic activities as well. With the exception of professional sportsmen, ordinary people do sport and recreational activities in their leisure time – also, these are among the most popular pastimes (Andorka, 2006). It is a question, though, to what extent this activity, usually associated with the youth (Csóka, 2019; Lampe et al., to be published), appears in the daily routine of the elder generations, or in their consumer behaviour. This includes not only the integration of active and regular movement into their lives, or purchases connected to sports (like season tickets to fitness halls, equipment, media contents), but also travels with sport motivations, which is a basic condition for sport tourism. The discipline of sport tourism requires an interdisciplinary approach, due, on the one hand, to trends continuously changing also in this area (Törőcsik – Jakopánecz, 2018, Törőcsik – Csapó, 2018), on the other hand, because of the comprehensive demands of the industry reaching over nations. As regards the consumer demand trends, sport appears as a primary travel motivation, both in its active and passive form, which requires the development of alternative travel goals, tourism types and tourism products (Csapó et al., 2018, 2019, Gonda – Csapó, 2018, Csapó – Törőcsik, 2019). Similarly to senior marketing (Törőcsik, 2016), senior tourism too has gone through a slow but considerable transition in the last decades, during which the senior citizens have become more and more important actors of tourism industries economically, as opposed to former perceptions (Gyulavári – Ásványi, 2019).

Considering the ever growing proportion of the elderly people both in Europe and Hungary, we must pay more and more attention to the increase of years spent in health and also to the quality of life experienced, so that people aged over 50-60 years can spend their old years in as good intellectual and physical condition as possible (United Nations, 2017, Monostori – Gresits, 2018, KSH, 2019).

The focus group of the paper is the generation aged 50-70, as during this period of their lives they experience several psychological, physical and social changes (including the experience of midlife crisis, followed by the change at the age of fifty, then entering old age), all of which result in changes in their attitudes and habits (see among others Frolkis, 1980, Erikson, 1982, Gorman, 1993). These changes can be seen also in the attitude and behaviour concerning sport and travel. The period before, during and after retirement brings about fundamental changes and adaptation constraints in the lives of both the individuals concerned and the people in their direct environment (Giddens, 2003, Turai, 2009, Vargha, 2015). Incomes are decreasing (one must consider how much s/he can spend); the elimination of job and social contacts is starting; the new leisure time is a problem in the beginning

or permanently (what to do with it); and the loss of the respect of the younger generation for their skills and expertise can lead to mental problems like the feeling of being redundant or the decay in the physical condition.

The inclusion of the elder generations into sport tourism is a new challenge and market for experts also because Hungary lags behind the European average as regards the sport activities of the population (Ács et al., 2011, Global age-watch index, 2015, Lampek, 2015, European Union, 2017, Eurobarometer, 2018), and so the alleviation of the generational problems can also be approached from the direction of passive sport opportunities, in addition to the active ones.

The paper is focused on leisure time sport tourists, whose motivation can be of push character (Hinch – Higham, 2001), in which case their main motivation is the desire to get away from ordinary days, belonging (to a community), cherishing friendships and the creation of the chance of doing something that they would not do otherwise. The research question of the authors is the attitude of the generation aged 50-70 to sports, sport activities and disciplines, and how these attitudes and interests, or the reason for not doing any sport influence travels with active or passive sport motivation.

Material and methods

In May-June 2018, a direct questioning of 2,000 people was done in order to examine the behaviour and attitude of the Hungarian population concerning several issues related to the consumption of sports. The questioning was representative of the Hungarian population aged 15-74 as regards gender, age groups (10 year intervals) and the region of the place of residence. The objective of the quantitative survey was to get a valid image of the sport consumption habits of the Hungarian population. As regards sport consumption, special attention was paid in the questionnaire to the issue of sport-motivated consumptions and travels, some findings of which are presented in this paper. The processing and analysis of the results was done with IBM SPSS Statistics 24 and Microsoft Excel 2013 softwares. This paper is about the frequency analysis of questions related to sport consumption, a demography background analysis by gender and generations – with special regard to those aged 50-70 (n = 680 persons), and a comparison to other sport consumption categories. During this a Chi-Square test was made to detect if there are statistically justifiable, significant differences in the sport-motivated travels in the responses of the groups created by generations, and in responses to questions concerning sport consumption categories – at 5% significant threshold value (in connection with this, in all of the figures or in their contexts ‘p’ value is indicated). As regards categories of sport

consumption, the following topics were analysed: active participation, consumption of sport events as experience, consumption of sport-related products and services, and the issue of no sport.

Looking at generations, respondents were divided into age groups with a classic cohort methodology (Pál et al., 2017) – young generation (up to 29 years of age), middle generation (aged 30-59) and seniors (60+) (Smith – Clurman, 1997) in a comparison to our focus group, those aged 50-70. In some cases this group was divided into two groups: those aged in their fifties and in their sixties.

Results

An important issue when examining attitudes concerning sport activities and sport consumption is the opinion and feelings of the consumer group surveyed when they hear the expressions 'sport', 'sport activity'. Considering the total sample of 2,000 people it can be said (Csóka – Törőcsik, 2018) that the expression 'sport' evokes positive emotions from respondents on the whole and basically – in each generation, but the intensity of positive attitude somewhat lessens with the aging of the respondents. (We asked evaluation along a ten-point Likert scale where value 1 meant that the expression evoked very negative feelings in the respondent, while 10 meant very positive ones.) Members of the senior generation have negative feelings by more than 20% than the young have and show a 10% worse opinion than those of the middle-aged generation. The gradual worsening can also be detected in the ten-year intervals as well. The opinions of respondents aged 50-70 shows that more than 50% of them have a more positive opinion about the expression (values 7-10 on the scale), but it must also be mentioned that many of them agreed with the statement saying that "sport is for young people" (measured with a five-point Likert scale where 1 means a total disagreement and 5 means full agreement; $p=0.000<0.05$). More than 13% of them fully agree, and in comparison with the complete respondent base 10% more are inclined towards agreement. It can also be said of the respective age group that the proportion of persons interested in sports (35.7%, considering responses at 7-10 value) and indifferent ones (37.1%; values 1-4) are by and large the same. On the whole, slightly more than half of the group are rather not interested in sport (disciplines and doing sport) (at a ten-point Likert scale: 1 – not interested at all, 10 – very much interested), and there is no significant difference related to the age, between those in their fifties and sixties. The authors thus think that interest in sports come more from attitude differences than from the age of respondents in the 50-70 age group, as opposed to the three-generational division where the youth are definitely more interested in sport.

The picture is further nuanced if the sport habits of this same generation are taken into consideration too: 68.2% of them do not do any sport and another 22% used to do sport but have already stopped it. Unfortunately, only 67 persons of this age group are active in sport now. The reasons for non-sport – by the declarations of respondents – are health (32%), age (31%) and lack of time (30.5%) that were mentioned (Figure 1). As regards health reasons and age, significant differences ($p=0.013<0.05$ and $p=0.000<0.05$, respectively) can be seen between the segment aged 50-59 and the one aged 60-70, not surprisingly “in favour” of the latter. To the opposite, lack of time as an excuse is more frequently mentioned by those in their fifties ($p=0.000<0.05$). Among those mentioning laziness ($p=0.012<0.05$) it is those in their fifties who prevail by over 60%. While significant differences can be seen in the three-generational breakdown of the total basis of 2,000 respondents among the generations in both the lack of company and the lack of sport motivation (Csóka – Töröcsik, 2018), this cannot be seen in the age group 50-70 years old; also the two sub-groups are not sharply differentiated by the excuses “no possibility nearby”, “cannot afford it” and “do not want to display my body” – these reasons do not even appear in responses in considerable numbers.

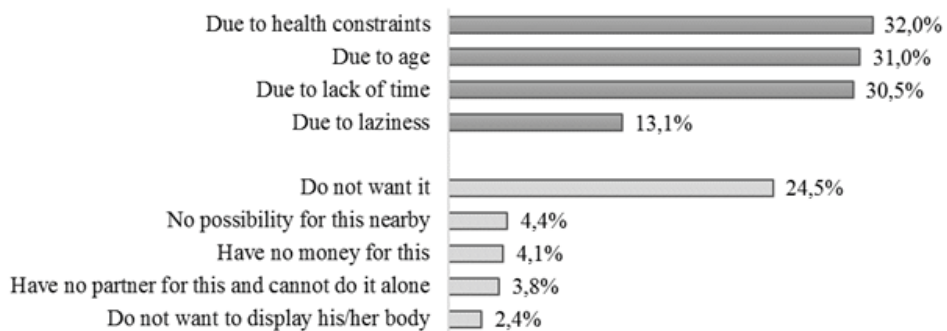


Figure 1: Why do you not do any sport now?

Source: edited by the authors; respondents aged 50-70 not doing any sport, $n=613$, in percentage of mentions. Significant differences that can be statistically justified with a Chi-Square test between the age groups aged 50-59 and 60-70 due to health restrictions ($p=0.013<0.05$), age ($p=0.000<0.05$), lack of time ($p=0.000<0.05$) and laziness ($p=0.012<0.05$).

As only 9.9% of the generation aged 50-70 do sport at some level, it is more useful to turn our attention to other sport motivations of non-sporting respondents: it is worth examining, among other things, general features of sport motivated travels, the domestic or international character of sport motivated travels, and their frequencies and goals. The fact that the larger part of the senior generation is inactive in sport does not mean that they do not have passive interest; they may even have

sport as a new hobby. When, in connection with this, general sport motivated travels were examined, we found that 92% of the generation aged 50-70 do not travel, as opposed to 87.2% of all Hungarians participating in the survey (CSÓKA et al., 2019). Sport activities improve the willingness to do sport at this generation too, as 25% of those still actively doing sport travel with sport motivations, as opposed to only 13% travelling with sport motivations among those no longer active in sports; their proportion is still negligible, however, compared to the share of non-travellers. This means that the propaganda and popularisation of sport motivated travels for the seniors should not be approached from the willingness to do sports. Among the excuses for no sport by the respondents in their fifties and sixties it was only the existence or absence of interest in sport that showed a significant difference ($p=0.000<0.05$) as regards sport motivated travels – it is evidently the ones interested in sport who more typically travel; the willingness for sport motivated travels was not significantly impacted either by age, health conditions or laziness.

In connection with the sport motivated travels of respondents aged 50-70 we asked whether they had been travelling for sport within Hungary or abroad in the year before the questionnaire survey (2017). The majority (88%) of those few who do travel with sport motivation had actually travelled for sport in Hungary in the previous year – typically 1-4 times, but some were willing to travel up to 10 times. The number of travels for sport abroad, on the other hand, is negligible, only a few persons indicated their *single* experience of this kind. The reasons for travels of those few who had travelled in Hungary in the previous year are featured in Figure 2. It reveals that most of them had been spectators or attendants at the respective event.

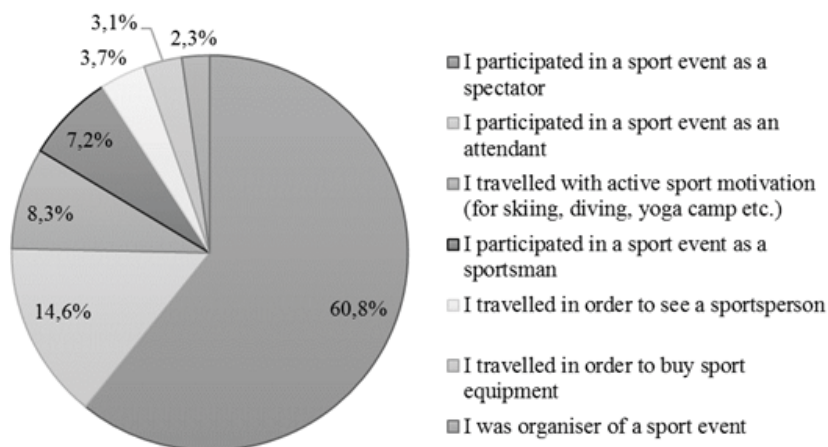


Figure 2: What was the reason for your sport travel in Hungary in the last one year?

Source: edited by the authors; those of respondents aged 50-70 who travelled in the previous year, n=59

As interest in sport in general and in sport disciplines, as well as participation in sport events as spectator has a positive impact on sport motivated travels in this age group, we examined the events of which sports have the strongest impact on moving out. In Figure 3, only sports showing significant differences are displayed, in decreasing percentages of the sport motivated travels. The respondents aged 50-70 are most typically attracted by soccer (43.4%), swimming (37.4%), handball (34.6%), water polo (31.3%) and motor sport (26%) news and events. Despite the general popularity of these sports in Hungary, the proportion of respondents interested from the examined age group remains below 50% in each case. The figure reveals that football attracts the largest number of people, and this sport is the main motivator of sport related travels as well (5.9%). This is followed by handball with its 34.6% popularity rate, of which 5.3% actually travel. Interestingly, swimming grabs the attention of a larger number of people and still it attracts less people to travel than handball does. Sports evoking the least enthusiasm include fitness halls (5.4%) and e-sports (2.4%), but the opening up of seniors towards these novelties may be indicated by the fact that some respondents were motivated by these, even though in negligible numbers.

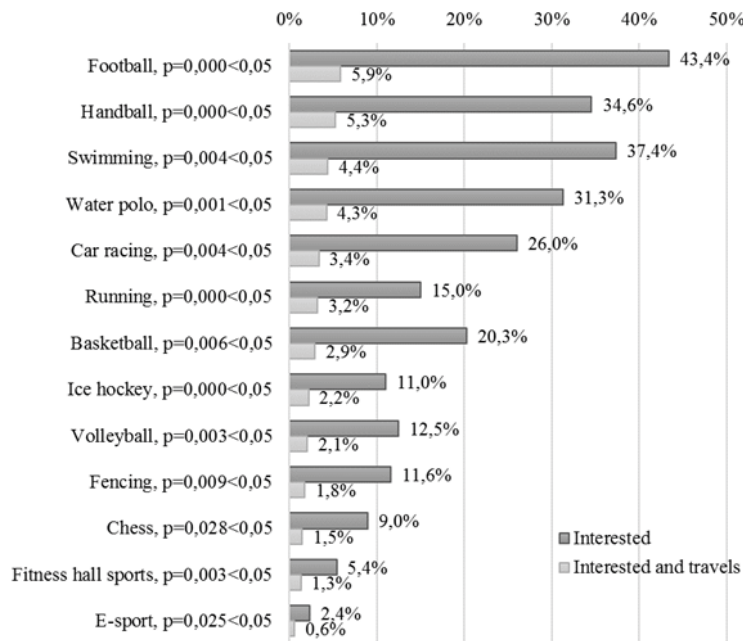


Figure 3: Relationship between sport motivated travel and interest in sport disciplines: “Are you interested in news and events of the following sports/disciplines?” – “Do you travel with sport motivation (doing sport, visiting a sport event)?”

Source: edited by the authors; respondents aged 50-70, $n=680$

Conclusions

An important issue in connection with sport related habits is what feelings people have towards sports in general, if their attitude is positive or negative, as the factors of the attitudes have a strong influence on openness for sport activities and even sport related travels. Looking at the age group of those 50-70 years old we can see that they have positive attitude towards sports on the whole, they do not necessarily associate sports with the youth, only, although a 10 per cent higher share of them agree with the latter statement than in the Hungarian population younger than them.

Despite the fact that according to the self-declarations the majority do not have any medical challenge limiting sport activities, and more than 30% have overweight, and also somewhat more than 20% of them have obesity, only a small fraction of the age group are active in sports. Those in their fifties usually neglect sport for lack of time or due to laziness, their ten years older counterparts do so mainly because of their age and the concomitant changes in their health. The generation examined more typically does not require sport and it is not necessarily a problem for them if they have no partner for sport, but it is known from literature that the presence of social motivations has a positive impact on sport habits.

As regards passive sport-related activities, the cohort examined involves almost in the same proportions persons interested and not interested in sport news and events, and this interest is not a function of their age, it comes more typically from different attitudes towards sports. Ninety-two per cent of the generation does not travel with sport purposes; if they still do, it is usually participation in sport events as spectators or attendants. The habit of active sports, on the other hand, has a positive impact on the motivation to travel also at this age group.

Accordingly, the propaganda and popularisation of sport motivated travels for the seniors should not be approached from the willingness to do sports; instead, larger emphasis must be placed on the interest in the respective sports, no matter if these are team or individual competitions. Although the larger part of senior tourism is built on health care, the vitalisation of sport motivated travels still means unused possibilities and markets, as the senior do not completely refrain from these activities. For this purpose, interest in sport must be gradually increased, maybe in an organised form, connected to travels with other motivations, placing an emphasis on building social contacts.

Acknowledgements

This research was partially supported by the Human Resource Development Operational Programme, grant No.: EFOP-3.6.2-16-2017, Cooperative Research

Network in Economy of Sport, Recreation and Health and grant No.: EFOP-3.6.1-16-2016-00004: "Comprehensive improvements to the University of Pécs in order to achieve the smart specialisation".

References

- [1.] Ács P. – Hécz R. – Paár D. – Stocker M. (2011): A fitness (m)értéke. A fizikai inaktivitás nemzetgazdasági terhei Magyarországon. *Közgazdasági Szemle*, LVIII. évf. 2011. július–augusztus, 689–708. o.
- [2.] Andorka R. (2006): *Bevezetés a szociológiába*. Budapest: Osiris Kiadó.
- [3.] Csapó J. – Törőcsik M. (2019): Turizmus és biztonság: a magyar lakosság utazási szokásaihoz köthető, biztonsággal kapcsolatos attitűdök reprezentatív vizsgálata. *Turizmus Bulletin*, 19: 3 pp. 13–20.
- [4.] Csapó J. – Gerdesics V. – Gonda T. – Raffay Z. – Törőcsik M. (2018): *Turizmus: a magyar lakosság turizmussal kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal – országosan reprezentatív személyes (n=2001) és online (n=1085) megkérdezés, fókuszcsoporthoz viták eredményei*. Pécs: PTE KTK.
- [5.] Csapó J. – Gonda, T. – Raffay Z. (eds.) (2019): *Turizmus, fogyasztás, generációk: II. Nemzetközi Turizmus Konferencia: Tanulmánykötet*. Pécs: PTE KTK.
- [6.] Csapó J. – Törőcsik M. – Nagy Á. (2019): Nemturizmus és életstílus összefüggések. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4: 5–18.
- [7.] Csóka L. (2019): Generational differences in Hungary on sporting habits and on attitudes towards sport – focus on the older generation. In A. Oláh, & A. Sík (eds.): *Art of Ageing – International Conference and Professional Training For the Active Elders. Final program and abstracts* (p. 12). Pécs: PTE Egészségtudományi Kar.
- [8.] Csóka L. – Törőcsik M. (2018): A magyar sportfogyasztás generációs jellemzői. In R. Resperger (ed.): *Demográfiai változások, változó gazdasági kihívások Nemzetközi Tudományos Konferencia. Tanulmánykötet*. (pp. 431–443.) Sopron: Soproni Egyetem Kiadó.
- [9.] Csóka L. – Törőcsik M. (2018): *Sportfogyasztás. A magyar lakosság sportolással, sportfogyasztással kapcsolatos magatartása, beállítódása – országosan reprezentatív személyes megkérdezés eredményei. Kézirat*. Pécs: PTE KTK.

- [10.] Csóka L. – Gerdesics V. – Töröcsik M. (2019): Sports tourism and sports tourists: The Hungarian characteristics of sports related travels. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 47–66.
- [11.] Elias, N. (1971): The Genesis of Sport as a Sociological Problem. In E. Dunning (ed.): *The Sociology of Sport. A Selection of Readings*. London: Frans Cass and Co.
- [12.] Erikson, E. (1982): *The life cycle completed*. New York: Norton.
- [13.] Eurobarometer (2018): *Sport and physical activity*. Downloaded on 20 February 2020 from http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/ebs_472_en.pdf
- [14.] European Union (2017): *The 2018 Ageing Report. Underlying Assumptions & Projection Methodologies. European Economy Institutional Paper 065*.
- [15.] Frolkis, V. (1980): *Az öregedés és az életkor*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- [16.] Giddens, A. (2003): *Szociológia*. Budapest: Osiris.
- [17.] Global age-watch index (2015): *Insight report, summary and methodology. HelpAge International*. Downloaded on 20 February 2020 from <http://www.helpage.org/global-agewatch/reports/global-agewatch-index-2015-insight-reportssummary-and-methodology/>
- [18.] Gonda T. – Csapó, J. (2018): The Role of Active Tourism and Physical Activity in the Travel Habits of the Hungarian Population. The Results of a Representative Survey. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 12: 1 (December) pp. 25–47.
- [19.] Gorman, M. (1993): Mid-life Transition in Men and Women. In R. Wicks, & R. Parsons (eds.), *Clinical Handbook of Pastoral Counseling*. (pp. 297–312.) New York: Paulist Press.
- [20.] Gyulavári T. – Ásványi, K. (2019): Szeniorturizmus. In A., Irimiás, M., Jászberényi, & G., Michalkó (eds.): *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése* (pp. 126–136.) Budapest: Akadémiai Kiadó.
- [21.] Hegedüs R. – Töröcsik M. – Németh P. (2018): Ageing Magyarországon – Generációs eltérések a korérezékelésben. In: Resperger, R. (ed.): *Demográfiai Változások, Változó Gazdasági Kihívások Nemzetközi Tudományos Konferencia. Sopron, 2018. november 8. – Tanulmánykötet*. Soproni Egyetem. pp. 403–420.
- [22.] Hinch, T. – Higham, J. (2001): Sport tourism: a framework for research. *International Journal of Tourism Research*, 3, 45–58.

- [23.] KSH (2019): *Magyarország népességének száma nemek és életkor szerint, 2019. január 1. Interaktív korfa*. Downloaded on 20 February 2020 from <https://www.ksh.hu/interaktiv/korfak/orszag.html>
- [24.] Lampek K. (2015): Az aktív időskor és a társadalom. In K. Lampek, & E. Rétsági (eds.): *Egészséges idősödés: Az egészségfejlesztés lehetőségei idős korban* (pp. 8–27.) Pécs: PTE.
- [25.] Lampek K. – Csóka L. – Hegedüs R. – Zrínyi M. – Töröcsik M. (in press): Sports activities of 60 above Hungarian elderly – explaining and predicting impact of exercise on health. *BMC Public Health*.
- [26.] Monostori J. – Gresits, G. (2018): Idősödés. In J., Monostori, P., Őri, & Z., Spéder (eds.): *Demográfiai portré 2018* (pp. 127–145.) Budapest: KSH NKI.
- [27.] Pál E. – Töröcsik M. – Jakopánecz E. (2017): Eltérő életkori lehatárolásokból adódó generációk értékeinek empirikus vizsgálata. *Marketing és Menedzsment* 51: 3 pp. 18–32. , 15 p.
- [28.] Smith, W. – Clurman, A. (1997): *Rocking the Ages*. New York: HarperBusiness.
- [29.] Töröcsik M. (2016): *Fogyasztói magatartás. Insight, trendek, vásárlók*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- [30.] Töröcsik M. – Csapó J. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In J., Csapó, V., Gerdesics, & M., Töröcsik (eds.): *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet* (pp. 8–22.).Pécs: PTE KTK.
- [31.] Töröcsik M. – Jakopánecz E. (2018): *Sportfogyasztásra ható megatrendek. Trendtanulmány a sport területét befolyásoló fogyasztói magatartásváltozásokról*. Pécs: PTE KTK.
- [32.] Töröcsik M. – Németh P. (2018): *Ageing. A magyar lakosság korral, öregedéssel kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal*. Pécs: PTE KTK.
- [33.] Turai T. (2009): *Öregek társadalomnéprajzi vizsgálata. Doktori értekezéslet*. Budapest: Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar.
- [34.] United Nations (2017): *Department of Economic and Social Affairs, Population Division: World Population Prospects: The 2017 Revision, Key Findings and Advance Tables*. New York: United Nations.
- [35.] Vargha L. (2015): A társadalmi öregedés hagyományos és alternatív indikátorai. *Demográfia*, 58. évf. (1. szám), pp. 57–78.

Authors:

Hegedüs, Réka

PhD student

University of Pecs Faculty of Business and Economics

Department of Marketing and Tourism

hegedus.reka@ktk.pte.hu

Csóka, László

PhD student

University of Pecs Faculty of Business and Economics

Department of Marketing and Tourism

csoka.laszlo@ktk.pte.hu

Dr. Törőcsik, Mária

professor

University of Pecs Faculty of Business and Economics

Department of Marketing and Tourism

torocsik.maria@ktk.pte.hu

DEBRECENI FITNESSSZOLGÁLTATÓK KÍNÁLATÁNAK ELEMZÉSE

Lenténé Puskás Andrea – Pucsok József Márton – Hidvégi Péter – Bíró Melinda

Összefoglalás:

Az egészséges életmód terjedésével az egészségtudatos fogyasztók körében egyre növekszik a sportszolgáltatások kereslete. Jelen kutatást a debreceni fitnessszolgáltatók (n=11) körében végeztük. A vizsgálat során arra kerestük a választ, hogy hogyan alakulnak a vizsgált fitnessszolgáltatók kínálati elemei, és ezek a kínálati elemek összhangban vannak-e a keresleti trendekkel? A félig strukturált interjúkat tartalomelemzéssel vizsgáltuk, melyeket részben Excel szoftver segítségével dolgoztuk fel. Az eredmények értékelésekor átlagot és szórást számítottunk.

A kapott eredmények azt igazolják, hogy a fitnessszolgáltatók az alap és kiegészítő szolgáltatásaikban törekednek az extenzív és intenzív fejlesztésre egyaránt, ami azt eredményezi, hogy a kínálatukban elég szép számban szerepeltetnek kondicionálótermi gépeket, többféle csoportos óra megtartására alkalmas légkondicionált termeket, parkolókat, wellness-szolgáltatásokat is kínálnak, melyek a fogyasztói fitnessztrendekhez igazodnak.

Kulcsszavak: fitnessszolgáltatás, órátípus, trend

Abstract

With healthy lifestyle getting more widespread, demand for sports services is growing among health-conscious consumers as well. The present study was conducted among fitness service providers (n = 11) in Debrecen. During our research we sought to find out how these service providers develop their supply elements and are these elements in line with the demand trends? Semi-structured interviews were analyzed by content analysis, which were partially processed using Excel software. Mean and standard deviation were calculated when evaluating the results.

The results show that the fitness service providers strive for both extensive and intensive development in their basic and ancillary services, which results in a fairly large number of fitness equipment, air-conditioned rooms suitable for group trainings, parking lots and wellness services that are tailored to consumer fitness trends.

Keywords: Fitness services, class or training types, trends

Bevezetés

Napjainkban a munkahelyeken és a háztartásokban a gépesítés, a motorizáció eredményezte mozgásszegény, ülő életmód elterjedése igen nagy kihívást jelent nemcsak az egészségügyi szolgáltatások, de a szabadidősport piacán is (Müller–Bácsné 2018). Az életmódfüggő betegségek egyik kiváltó oka a fizikai inaktivitás (Gabnai et. al. 2019). Korunk szabadidősportjának tehát feladata, hogy részben pótolja az emberek mozgásszükségletét, prevenciót nyújtson az inaktivitás okozta betegségek ellen, közben élményt és szórakozást is jelentsen, amely motiválja a résztvevőket a rendszeres sportolásra. Korunkban a szabadidős és fitnesztrendek azt igazolják, hogy azok a szabadidős sportok lesznek a népszerűek, melyek szórakoztató, újszerű mozgásformáikkal segítik a jó fizikai fittségi szint elérését, és egyben a preventív szemlélet jegyében az egészség megőrzését is szolgálják (Juhász et. al. 2015, Bendíková et. al. 2017, 2018, Molnár 2019, Laoues et. al. 2019a, b). Az elhízás elleni küzdelemben a szabadidős tevékenységeknek is biztosítani kell a magasabb kalóriefelhasználást, zsírégetést, alakformálást is (Balatoni et. al. 2016, Müller 2018, Müller et. al. 2019b).

Az aktív szabadidő-eltöltés nemcsak a rekreációban, de az utazásaink alatt a turizmusban is egy igen erős trend. Az egészség mint érték tehát a rekreációs és utazási motivációkban is erősödni látszik a trendek alapján (Müller et. al. 2009, Müller–Szabó 2009, Müller et. al. 2011, Borbély–Müller 2015, Lengyel et. al. 2015, Kalmárné et. al. 2016, Csirmaz–Pető 2015, Müller et. al. 2016, Lenténé et. al. 2018, Pucsok et. al. 2018, Fehér et. al. 2019). Az egészséggel, a szubjektív jóléttel, wellness-szel kapcsolatos vizsgálatok széles spektrummal vannak jelen a kutatásokban is, melyben a sport, fizikai aktivitás is központi szerepet kap (Lengyel et. al. 2019).

Korábbi kutatásunk (Lenténé et. al. 2019) – mely az Észak-alföldi régió szállodáinak (N=39) wellness- és szabadidős sportszolgáltatását vizsgálta – megállapította, hogy a háromcsillagos szállodák 35,7%-a, a négycsillagos szállodák 37,5%-a kínál szabadidős sportszolgáltatást a vendégeknek, akik igénylik is az aktív szabadidő-eltöltési formákat.

Amellett, hogy az egész sportgazdaság jelentőségének növekedése tapasztalható (Bácsné et. al. 2019), a fitneszszektor szolgáltatásai iránti növekvő keresletet is igazolni tudjuk, hiszen olyan új típusú edzésmódszereket és trendi mozgásváltozatokat kínálnak, melyek a mozgásszegény életmód kompenzálásának, a fizikai fittség és egészség megőrzésének kiváló eszközei (Gödény et. al. 2018, Bartha et. al. 2018, Müller et. al. 2019c). Müller és mtsai (2019a) megerősítik a zenés-táncos mozgásformák, aerobikjellegű tréningek népszerűségét, amelyek a fizikai fittség szempontjából fontos képességeket fejlesztenek, mint a kardiorespiratorikus állóképesség, relatív erő és erő-állóképesség. Emellett a zene jelentős motivációs szereppel bír ezen mozgásformáknál.

Észak-alföldi régió

Az Észak-alföldi régió a hazai hét tervezési és statisztikai régió egyike. Hazánk északkeleti részén helyezkedik el, alföldi karakterű táj. Három megye található a területén: Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok és Szabolcs-Szatmár-Bereg. A régió határos Romániával, Ukrajnával és Szlovákiával. A régió egyik legnagyobb és az ország második legnépesebb városa Debrecen, mely egyben oktatási, gazdasági, kulturális, közlekedési, turisztikai valamint sportközpont is. Debrecen városának sportfejlesztési koncepciója a 2000-es évek óta van jelen, mely napjainkig fokozatosan erősödött. Ennek eredményeként mára Debrecen olyan sportinfrastruktúrával rendelkezik, mely lehetővé tette, hogy számos világ-, nemzetközi és hazai sportrendezvény szervezésének volt az utóbbi években házigazdája. Ez azt eredményezte, hogy a sportturizmusa is jelentősen fejlődött a fokozatosan növekvő, sporteseményekkel kapcsolatos rendezvénynapok által (Borbély–Müller 2015). A sportszolgáltatások száma is növekedett a városban, ennek köszönhetően a fitnesstermek száma is, ami a fokozódó kereslet kielégítését biztosítja.

Anyag és módszer

Kutatásunkat az Észak-alföldi régióban található Hajdú-Bihar megye székhelyén, Debrecenben végeztük. Debrecen az ország második legnépesebb városa Budapest után, így a fitnesstermi szolgáltatók is különböző célcsoportokra specializáltan jelennek meg. Ennek megfelelően a városban egyaránt megtalálhatóak a kisebb családi termek és az igen tekintélyes méretű, exkluzív szolgáltatást kínáló fitnessszolgáltatók is.

Kutatásunk során félig strukturált mélyinterjút alkalmaztunk, melynek során 18 fitnessszolgáltatót kerestünk fel, akik közül 11 szolgáltatótól kaptunk lehetőséget az interjúra. A termek között vannak olyanok, amelyek a termékéletgörbe elején, azaz a piaci bevezetés, növekedés szakaszában vannak, de vizsgálatunkban szerepeltek olyanok is, amelyek az érettség szakaszában tartanak. A vizsgálat során arra kerestük a választ, hogy hogyan alakul a debreceni fitnessszolgáltatók kínálata és a kínálati elemek összhangban vannak-e a keresleti trendekkel?

A félig strukturált interjút tartalomelemzéssel vizsgáltuk, melyeket részben Excel szoftver segítségével dolgoztuk fel, számítottunk átlagot, szórást, az eredményeket grafikusán és táblázatos formában is szemléltettük.

Eredmények

A 11 fitneszterem átlagos alapterülete 907 m² volt (sd = 722,5), melyhez nagy szórásérték társult. A legkisebb alapterületű 200, a legnagyobb 2600 m² volt.

A vizsgált fitnesztermek további jellemzőit az 1-es táblázatban mutatjuk be. A fitneszszolgáltatók átlagosan 8,12 helyiséggel rendelkeznek (sd = 3,2). Az eredmények azt mutatták, hogy a vizsgált fitnesztermekben elsősorban a kardió- és izotóniás gépekkel felszerelt helyiségek/termek dominálnak (átlag = 2,27, sd = 2,14), amelyek az egyéni edzések és a személyi edzőkkel támogatott egyéni edzések helyszínei. Ezekben a helyiségekben kardiorespiratorikus állóképesség fejlesztésére alkalmas gépeket és az egyes izomcsoportok izolált erejének fejlesztésére alkalmas eszközöket találhatunk, mellyel történő edzések az új típusú fogyasztói igényeket elégitik ki a fitneszrendek alapján.

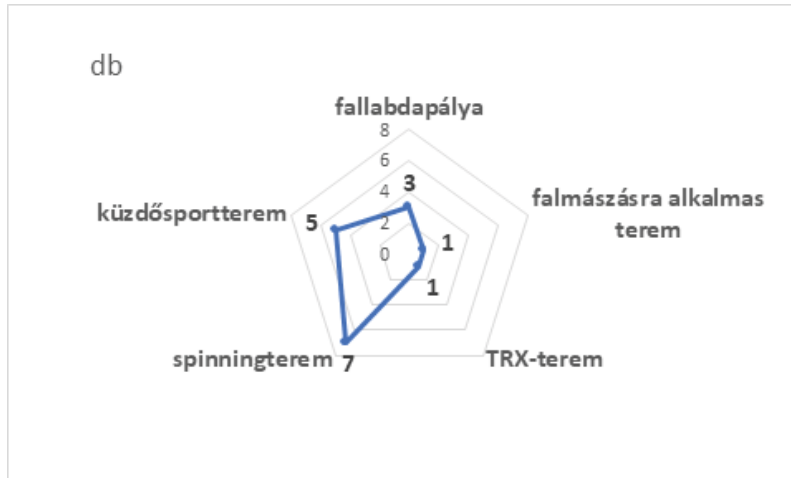
A csoportos foglalkozások megtartására alkalmas helyiségeket vizsgálva megállapítható, hogy átlagosan 2 db (sd = 1,4) ilyen célnak megfelelő terem van a szolgáltatóknál, melyben a csoportos edzések, mint például az aerobik zajlanak. A szabadsúlyos edzésekhez használt termek száma átlagosan 1 (sd = 0) (lásd. 1. táblázat).

	Átlag	Szórás
Helyiségek száma	8,12	3,2
Csoportos foglalkozások tartására alkalmas termek száma	2	1,4
Kardió- és izotóniás gépekkel felszerelt termek száma	2,27	2,14
Szabadsúlyos edzésekhez használt termek száma	1	0

1. táblázat: A felmért debreceni fitneszszolgáltatók helyiségeinek alakulása.

Forrás: Saját kutatás

A fitneszszolgáltatók által üzemeltetett létesítmények kapcsán egyéb helyiségek meglétére is rákérdeztünk. Az eredmények arra világítottak rá, hogy a vizsgált 11 szolgáltató közül hétnél a spinningterem, öt szolgáltatónál a küzdősport megtartására is alkalmas terem és háromnál a fallabdapálya található még a kínálatban. Falmászásra alkalmas terem és TRX-terem mindössze 1-1 szolgáltató üzemeltetésében jelenik meg.



1. ábra: A fitnessszolgáltatók által üzemeltetett létesítmény egyéb helyiségeinek száma

Forrás: saját kutatás

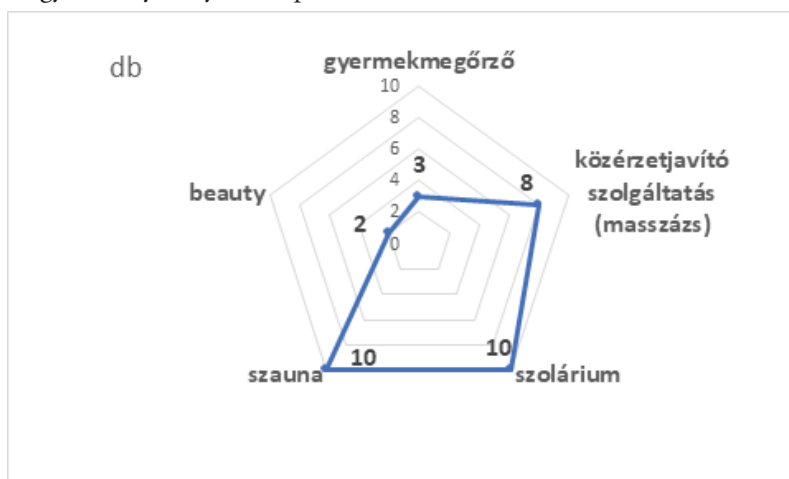
A vendégek kényelmét szolgálja a könnyű elérhetőség (parkolás biztosítása), mely 8 szolgáltatónál saját parkolóval biztosított, ebből 7 esetében a vendégek számára ingyenesen. A klimatizált helyiségek meglepte valamennyi szolgáltatónál megtalálható, ebből azonban csupán 6 esetében mondható el, hogy ez valamennyi helyiségét érinti, 5 esetében csak részben klimatizáltak. A vizsgált szolgáltatók közül kilenc terem saját beléptető rendszerrel dolgozik, amely meggyorsítja a vendégek fogadását, és megkönnyíti a nyilvántartást. Ugyanakkor az eredmények alapján megállapítható, hogy egy szolgáltató sem alkalmaz megújuló energiát (2. ábra.)



2. ábra: A vizsgált fitnessszolgáltatók üzemeltetésének sajátosságai.

Forrás: Saját kutatás

Kíváncsiak voltunk a fitnessszolgáltatók által kínált ún. kiegészítő szolgáltatásokra is, melyeket a 3. ábra mutatja. A szauna és a szolárium szinte majdnem minden szolgáltató esetében megtalálható (10 szolgáltatónál, 90,9%), mindössze egy olyan fitnesszterem volt a vizsgált mintában, amelynél a kínálatban nem szerepel ilyen jellegű elem. A masszázs is gyakori szolgáltatás, hiszen a szolgáltatók (8 db, 72,7%) többségénél kínálati elem. A gyermekmegőrző (3db) és a beauty (2db) csupán néhány szolgáltatónál jelenik meg, akik azt nyilatkozták, hogy ez az erősségüket és egyediségüket jelenti, vagy versenyelőnyüket a piacon.



3. ábra: A fitnessszolgáltatók által kínált kiegészítő szolgáltatások

Forrás: Saját kutatás

Vizsgálatunk kiterjedt a termék felszereltségére is, melynek összefoglaló adatait a 2. táblázat mutatja.

Az eredmények igazolják, hogy az izotóniás gépekből van átlagosan a legtöbb (59 db, $sd = 53,19$), melyhez nagy szórásérték társul. Ez azt jelenti, hogy a kisebb alapterületű szolgáltatók esetében a géppark szerényebb felszereltséget mutat. A kardiógépek átlagos száma (átlag = 23, $sd = 16,15$) is magas, mely jelzi, hogy a kardiótréning az edzésmódszerek területén szintén egy meghatározó trend.

A ciklikus mozgásokat kívánó gépek közül az egyes fitnessztermek a futópadból kínálnak a legtöbbet (átlag = 6,6, $sd = 3,43$), amely mellett az elliptikus tréner és a kerékpár is nagy népszerűségnek örvendenek, hiszen ezekből is átlagosan többet kínálnak a szolgáltatók. A termekben megtalálható gépek összetétele és száma azt erősíti meg, hogy a fitnessztermi szolgáltatások alkalmasak a kardiótréningre, ezáltal egyrészt prevenciót jelent a szív- és érrendszeri betegségek ellen, és egyben az erőfejlesztésre is alkalmas helyszín. Ez a két képesség pedig a fizikai fittség kialakításához szükséges legfontosabb kondicionális összetevő (Müller–Bácsné 2018).

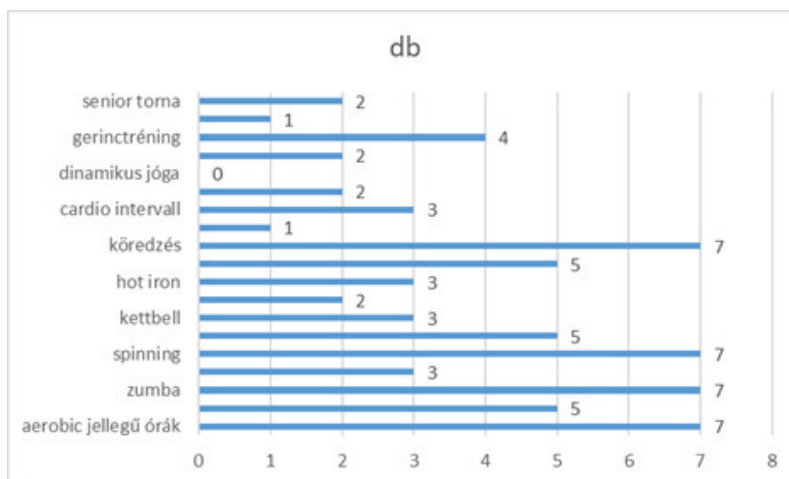
	Átlag	Szórás
Kardiógép összes	23	16,15
Futópad	6,6	3,43
Ellipszistréner	4,4	3,04
Kerékpár	1,8	0,83
Támlás kerékpár	2,6	1,14
Lépcsőzőgép	1,66	0,57
Taposógép	2,2	1,3
Evezőpad	3	1,41
Izotóniás gép	59	53,19

2. táblázat: A vizsgált fitnessztermek felszereltségének alakulása.

Forrás: Saját kutatás

Vizsgálatunk kiterjedt annak feltárására is, hogy a különböző csoportos órátípusok a trendeknek megfelelően alakulnak-e a szolgáltatók kínálatában. A 4. ábrán látható, hogy a 11 vizsgált fitnesszteremből 7 szolgáltató kínál aerobikjellegű tréninget, zumbát, spinninget és köredzést, vagyis ezek a leggyakoribb, legnépszerűbb szolgáltatások. Ez az eredmény egybecseng azzal, hogy az aerobik és más zenés-táncos mozgásformák fittséget javító szerepét és népszerűségét erősítették meg korábbi hazai irodalmak is (Müller–Rácz 2011, Müller et. al. 2013, 2017, Lenténé et. al. 2019).

A TRX és falmászás mindössze egy-egy szolgáltatónál jelenik meg, mely edzésmódszer a saját testsúly és a relatív erő, erő-állóképesség fejlesztésének egyik kiváló eszköze.



4. ábra: A fitnessszolgáltatók által kínált órátípusok alakulása

A termekben alkalmazott sportirányú végzettséggel rendelkező szakemberek létszámát vizsgálva megállapítható, hogy a kutatásban szereplő fitnesztermek átlagosan 10,9 fő képzett szakembert alkalmaznak (sd = 6,28). A szakemberek között az OKJ-s személyi edző a leggyakoribb, de szakedző és testnevelő tanár végzettséggel rendelkező is van az alkalmazottak között. A képzett szakemberek alkalmazását a fitnesztermeket látogató közönség igényli, és befolyásolja a fitneszfogyasztók szolgáltatóválasztásának motivációját is, melyet a nemzetközi trendek és a hazai vizsgálatok is igazoltak (Thompson 2020, Pucsok et. al. 2019a, b, Bartha 2019, Bartha et. al. 2018).

Összefoglalás, következtetés

Jelen kutatásban a debreceni fitneszszolgáltatóknál (n = 11), arra kerestük a választ, hogy a szolgáltatók palettáján milyen kínálati elemek jelennek meg és ezek a kínálati elemek összhangban vannak-e a keresleti trendekkel. Az Észak-alföldi régió gazdasági, oktatási, kulturális és sportközpontja Debrecen, egyben országunk második legnépesebb nagyvárosa. Ennek köszönhető az, hogy a szabadidősport fogyasztói igényeinek kielégítésére számos fitneszszolgáltató jött létre. Megfigyelhető, hogy a fitnesztermek igen nagy gépparkkal rendelkeznek, melyek a kardióedzést és erőfejlesztést teszik lehetővé.

Az általunk végzett kutatás azt bizonyította, hogy a szolgáltatók számára fontos a szolgáltatások mennyiségi és minőségi mutatóinak elemzése. Több kutatás is megerősíti, hogy a fogyasztók igényeiben a minőség egyre inkább dominál akár a sporttermékek (Mórik et. al. 2019), akár a sport- és wellness-szolgáltatások (Balogh et. al. 2019, Bíró et. al. 2019) piacán. A kutatás rávilágított arra, hogy a vizsgált fitneszszolgáltatók kínálatában elég szép számban szerepelnek kondicionálótermi gépek, többféle csoportos óra megtartására alkalmas légkondicionált termek, parkolók, wellness-szolgáltatások is, melyek a fogyasztói fitnesztrendekhez igazodnak.

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

Irodalmak:

- [1.] Bácsné Bába É. – Fenyves V. – Szabados Gy. – Dajnoki K. – Müller A. – Bács Z. (2019): A sportágazat nemzetgazdasági jelentőségének vizsgálata beszámoló adatok alapján 2014–2016-os időszakban. *Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok* 13: 3–4 pp. 93–103., 11 p.
- [2.] Balatoni I. – Kith N. – Csernoch L. (2016): Időskori sportolási szokások vizsgálata Észak-kelet Magyarországon. *Magyar Sporttudományi Szemle* 17: 68 pp. 4–8., 5 p.
- [3.] Balogh R. – Molnár A. – Müller A. – Szabados Gy. N. – Bácsné Bába É. (2019): A passzív sportfogyasztás vizsgálatának tapasztalataiból. *Acta Carolus Robertus* 9: 1 pp. 35–48., 14 p.
- [4.] Bartha É. (2019): Fitness vendégek sportfogyasztási szokásai. *Közép-európai Közlemények* 12: 2 (45) pp. 149–161., 13 p.
- [5.] Bartha É. J. – Müller A. – Bácsné Bába É. (2018): A fitness fogyasztók sportlétesítmény-választását befolyásoló legfőbb szempontok alakulása életkor szerint. *Selye E-Studies* 9: 1 pp. 4–12.
- [6.] Bendíková, E. – Dobay B. (2017): Physical And Sport Education as a tool for development of a positive attitude toward health and physical activity in adulthood. *Eur J Contemp Educ* 2017. 6 (1): 14–21, doi: 10.13187/ejced.2017.1.144.
- [7.] Bendíková, E. – Marko, M. – Müller A. – Bácsné Bába É. (2018): Effect of Applied Health-Oriented Exercises in Physical and Sport Education on Musculoskeletal System of Female Students. *Acta Facultatis Educationis Physicae Universitatis Comenianae* 58: 2 pp. 84–96.
- [8.] Bíró M. – Molnár A. – Hídvégi P. – Mikhárdi S. – Pucsok J. M. – Lenténé Puskás A. (2019): The role of massage in tourism, and the hotels offerings in Hungary. In: Jaromír, Šimonek – Beáta, Dobay (szerk.): *Sport science in motion: Proceedings from the scientific conference Zborník vedeckých a odborných prác z vedeckej konferencie = Válogatott tanulmánykötet : Válogatott tanulmányok a tudományos konferenciáról*. Komárno, Szlovákia, Univerzita J. Selyeho V Komárne, (2019) pp. 27–36., 10 p.
- [9.] Borbély A. – Müller A. (2015): *Sport és turizmus*. Debrecen, Magyarország: Campus Kiadó, 110 p.
- [10.] Csirmaz É. – Pető K. (2015): International Trends in Recreational and Wellness Tourism. *Procedia Economics And Finance* 32 pp. 755–762., 8 p.

- [11.] Bujdosó Z. – Remenyik B. (2008): A hazai turisták életminőségének a feltérképezése az Észak-Magyarország Régióban In: Dávid, L (szerk.): *A turizmus szerepe az Észak-Magyarország Régióban I–II*. Gyöngyös, Magyarország: Károly Róbert Főiskola, pp. 40–48., 9 p.
- [12.] Fehér A. – Bácsné B. É. – Müller A. – Szakály Z. (2019): MPAM-R modellekkel kapcsolatos kutatások rendszerezése – Szakirodalmi áttekintés. In: Szerk.; Fehér A.– Szakály Z.: *Egészségpiaci kutatások*. Debrecen, Magyarország: Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, pp. 173–183., 11 p.
- [13.] Gabnai Z. – Müller A. – Bács Z. – Bácsné Bába É. (2019): A fizikai inaktivitás nemzetgazdasági terhei. *Egészségfejlesztés* 60: 1 pp. 20–30., 11 p.
- [14.] Gődény N.– Bíró M. – Lenténé Puskás A. – Lente L. – Müller A. (2018): A fogyasztói szokások és trendek változásának vizsgálata a fitnessz területén. In: Balogh L. (szerk.): *Fókuszban az egészség*. Debrecen, Magyarország: Debreceni Egyetem Sporttudományi Koordinációs Intézet, pp. 9–18., 10 p.
- [15.] Juhász I. – Kopkáné Plachy J. – Kiszela K. – Bíró M. – Müller A. – Révész L. (2015): Időskorúak rekreációs fizikai aktivitásának hatása a kardiorespiratorikus rendszerre. *Magyar Sporttudományi Szemle* 16: 63 pp. 4–8., 5 p.
- [16.] Kalmárné Rimóczi C. – Lengyel A. – Hering K. (2016): Utazási döntéseket befolyásoló motivációk szerepe a turisztikai szolgáltatások piacán. *Valóság: Társadalomtudományi Közlemény* 59: 12 pp. 43–55., 13 p.
- [17.] Laoues-Czimbalmos N. – Dobay B. – Müller A. (2019a): Examination of the leisure time-related consumption habits of young people with disabilities with special emphasis on sports. *Selye E-Studies* 10: 2 pp. 34–45., 12 p.
- [18.] Laoues-Czimbalmos N. – Bácsné Bába É. – Szerdahelyi Z. – Müller A. (2019b): Sportmotivációs tényezők vizsgálata a 8–18 éves fogyatékossgal élő korosztály körében. *Acta Carolus Robertus* 9: 1 pp. 121–132.
- [19.] Lengyel A. – Kovács S. – Müller A. – Lóránt D. – Szőke Sz. – Bácsné Bába É. (2019): Sustainability and Subjective Well-Being: How Students Weigh Dimensions. *Sustainability* 11: 23 Paper: 6627.
- [20.] Lengyel A. (2015): Extending tourism's role in the tourism – meditation – creativity – innovation – sustainability trajectory. In: Dunay Anna (szerk.): *Proceedings of the 5th International Conference on Management 2015: Management, Leadership and Strategy for SMEs' Competitiveness*. Gödöllő, Magyarország: Szent István Egyetemi Kiadó, (2015) pp. 543–548., 6 p.

- [21.] Lenténé Puskás A. – Bíró M. – Dobay B. – Pucskok J. M (2018): A szabadidő sportolás kínálati elemeinek és szolgáltatásainak vizsgálata Magyarország Észak-alföldi régiójának szállodáiban. *Selye E-Studies* 9: 1 pp. 13–21., 9 p.
- [22.] Lenténé Puskás A. – Hidvégi P. – Pucskok J. M. – Dobay B. – Molnár A. – Bíró M. (2019): A szabadidős sport keresleti és kínálati elemek vizsgálata az Észak-alföldi régió egészségturizmusában. *Különleges Bánásmód* 5: 4 pp. 45–54., 10 p.
- [23.] Molnár A. (2019): Fitness trendek az egészség szolgálatában. In: Bácsné Bába É.– Müller A. (szerk.): „*Mozgással az egészségért*”. *A fizikai aktivitás jelentősége a jövő munkavállalóinak egészségmegőrzésében: Nemzetközi Konferencia és Workshop: Válogatott tanulmánykötet = „Movement for health”. The importance of physical activity in health protection of future workers: International Conference and Workshop: Proceedings from the International Conference and Workshop.* Debrecen, Magyarország: Debreceni Egyetem, pp. 113–120., 8 p.
- [24.] K. V., Móri É., Bácsné Bába – A., Müller – G. G., Ráthonyi – A., Molnár: (2019): The appearance of product innovation in the life of a Hungarian SMEs in the global market of sporting goods – implications from a research. *Geosport For Society* 10: 1 pp. 25–38., 14 p.
- [25.] Müller A. – Bíró M. – Hidvégi P. – Váczi P. – Dávid L. D. – Szántó Á. (2017): A 2016-os fitnesztrendek helye és szerepe a rekreációban. *Acta Academiae Paedagogicae Agriensis Nova Series: Sectio Sport*, No. 44. (pp. 91–102.)
- [26.] Müller A. – Bíró M. – Hidvégi P. – Váczi P. – Plachy J. – Juhász I. – Hajdú P. – Seres J. (2013): Fitness trendek a rekreációban. In: *Acta Academiae Agriensis*. XL. (pp. 25–35.)
- [27.] Müller A. – Bácsné Bába É. – Pfau C. – Molnár A. – Laoues-Czimbalmos N. (2019c): Extrém sportfogyasztás vizsgálata egy kutatás tükrében. *International Journal Of Engineering And Management Sciences / Műszaki és Menedzsment Tudományi Közlemények* 3: 4 pp. 135–142., 8 p.
- [28.] Müller A. – Bácsné Bába É. (2018): *Az egészséges életmód és a sport kapcsolata.* Létavértes, Magyarország: Létavértes SC '97 Egyesület, 96 p.
- [29.] Müller A. – Barcsák B. – Boda E. (2016): Health tourism the cavebath of Miskolctapolca. Gy. Juhász, E. Korcsmáros, E. Huszárik (ed.): *Korszerű szemlélet a tudományban és az oktatásban. Gazdaságtudományi szekció: Zborník Medzinárodnej Vedeckej Konferencie Univerzity J. Selyeho – 2016 „Súčasné Aspekty Vedy A Vzdelávania”.* Sekcie Ekonomických Vied. 233–245.

- [30.] Müller A. – Bendíková, E. – Herpainé L. J. – Bácsné B. É. – Łubkowska, W. – Mroczek, B. (2019b): Survey of regular physical activity and socioeconomic status in Hungarian preschool children. *Family Medicine And Primary Care Review* 21: 3 pp. 237–242., 6 p.
- [31.] Müller A. – Kerényi E. – Könyves E. (2011): Effect of climate therapy and rehabilitation in Mátra Medical Institute Applied Studies in Agribusiness and Commerce. *Abstract – Applied Studies In Agribusiness And Commerce* 5: 3–4 pp. 39–42., 4 p.
- [32.] Müller A. – Lengyel A. – Koroknay Zs. – Molnár A. (2019a): Népszerű fitnessz mozgásformák. In: Bácsné Bába É. – Müller A. (szerk.): „*Mozgással az egészségért*”. *A fizikai aktivitás jelentősége a jövő munkavállalóinak egészségmegőrzésében: Nemzetközi Konferencia és Workshop: Válogatott tanulmánykötet = „Movement for health”. The importance of physical activity in health protection of future workers: International Conference and Workshop: Proceedings from the International Conference and Workshop. Debrecen, Magyarország: Debreceni Egyetem, pp. 106–112., 7 p.*
- [33.] Müller A. – Szabó R. – Kerényi E. – Mosonyi A. (2009): Fürdő kutatás a Közép-dunántúli régióban. *Acta Academiae Paedagogicae Agriensis Nova Series: Sectio Sport* 36 pp. 77–87., 11 p.
- [34.] Müller A. – Szabó R. (2009): Analysis of Agárd, Komárom and Papa's Thermal bath, According the Guest's satisfaction. *Acta Academiae Paedagogicae Agriensis Nova Series: Sectio Sport* 36. pp. 89–101., 13 p.
- [35.] Müller, A. (2018): Obesity and overweight in Hungary, focusing on among high school students. In: Elena Bendíková (szerk.): *Physical Activity, Health and Prevention III.: International Scientific Conference: Conference Textbook*. Zilina, Szlovákia: IPV Institute of Education, IPV Inštitút priemyselnej výchovy, pp. 6–16., 11 p.
- [36.] Pucsok J. M., Hidvégi P., Lenténé Puskás A. (2018): A belföldi elsődleges (primer), másodlagos (szekunder) wellness turizmus trendjei Hajdú-Bihar megyében. *Válogatott Tanulmányok A Sporttudományok Köréből*. Debreceni Egyetem Sporttudományi Koordinációs Intézet, Debrecen. Fókuszban az egészség. 1. sz. 30–36. p.
- [37.] Pucsok J. – Lenténé Puskás A. – Hidvégi P. – Tatár A. – Bíró M. (2019a): Az Észak-alföldi régió fitnessztermeiben dolgozók képezésének összehasonlító elemzése. In: Bácsné Bába É. – Müller A. (szerk.): „*Mozgással az egészségért*”. *A fizikai aktivitás jelentősége a jövő munkavállalóinak egészségmegőrzésében: Nemzetközi Konferencia és Workshop: Válogatott tanulmánykötet = „Movement*

- for health". The importance of physical activity in health protection of future workers: International Conference and Workshop: Proceedings from the International Conference and Workshop.* Debrecen, Magyarország: Debreceni Egyetem, pp. 198–203.
- [38.] Pucsok J. M. – Bíró M. – Hidvégi P. – Lenténé Puskás A. – Tatár A. (2019b): Az Észak-alföldi és az európai alap- és középszintű sportszakemberképzés sajátosságainak összehasonlító vizsgálata. In: Balogh L. (szerk.): *Sokoldalú sporttudomány.* Debrecen, Magyarország: Debreceni Egyetem Sporttudományi Koordinációs Intézet, pp. 70–77., 8 p.
- [39.] Lenténé Puskás A. – Bíró M. – Hidvégi P. – Molnár A. – Lente L. – Pucsok J. M. (2019): Analysis of the North Great Plain Region's Accommodation Supply with Special Focus on Sport and Wellness Elements. *Geosport For Society* 10: 1 pp. 15–24. Paper: /gss.1002-046, 10 p.



AZ EMPÁTIA, A SZORONGÁS ÉS A SZEMÉLYISÉG SZEREPE A REKLÁMOK ÁLTAL KIVÁLTOTT VÁSÁRLÁSI DÖNTÉSEKBEN

Molnár Edina

Összefoglalás

A marketingkutatás mai tendenciája kevésbé veszi figyelembe a vásárlói döntésben a tartós személyiségvonások, illetve a pillanatnyi érzelmi befolyás szerepét. Jelen kutatásban arra kerestem a választ, hogy azon fogyasztók, akik saját bevallásuk szerint a reklámot fontos tényezőként tartják számon a vásárlási döntéseik során, milyen személyiséggel, illetve az érzelmi hozzáállásuk területén milyen beleérző képességgel rendelkeznek. A kutatásban 965 fő bevonásával, validált személyiség- és empátiaeszt kitöltésével a következő eredményeket kaptam. A reklámot fontos tényezőként ítélik esetében a bizonytalanság, a féltékenység és a sérülékenység mellett az érzelmi instabilitás jellemzi azokat az egyéneket, akik mások szenvedéseit látva kellemetlenül érzik magukat, szoronganak, vagy magukat esetleg veszélyeztetve is a segíteni akarás vágyát élik meg. Empátiás helyzetben a megemelkedett arousal nagymértékű – esetenként túlságosan nagy – szorongást eredményez, ez azonban nem csak egy pillanatnyi állapot, hanem ezeket az egyéneket általánosan jellemzik a szélsőséges érzelmi reakciók.

Kulcsszavak: empátia, szorongás, személyiség, vásárlási döntés, reklám

Jel: D83

THE ROLE OF EMPATHY, ANXIETY AND PERSONALITY IN PURCHASING DECISIONS CAUSED BY ADVERTISING

Abstract

Today's trend in marketing research takes little into account the role of enduring personality traits and momentary emotional influence in customer decisions. In this research, I am looking for an answer to the fact that consumers who, by their own admission, consider advertising to be an important factor in their purchasing decisions, the personality and the attitude of their emotional attitudes have the capacity to do so. The following results were given by filling out a valid personality and empathy test involving 965 people. Those who consider advertising to be important insecurity, shyness and vulnerability, as well as emotional instability, characterise individuals who feel uncomfortable and have anxious or live on the desire to help endangering themselves. In an empathy situation, elevated arousal causes high levels of anxiety, sometimes too much, but this is not only a momentary state, but these individuals are generally characterized by extreme emotional responses.

Keywords: empathy, anxiety, personality, purchasing decision, advertising

Jel: D83

Bevezetés

Az empátia elméletei

Nem bizonyultak gyümölcsözőnek azok az elméletek, amelyek az emberi természetet egy általános vonás alapján próbálták meg kategorizálni. Ezek közé tartozik az altruizmus egyszerű elmélete, amely szerint az embereket az a vágy vezérli, hogy jól tegyenek, és segítsék egymást bármiféle viszonzás várása nélkül.

A később kialakult elméletek két nagy csoportja – amely egyébként az egész „pszichológiatudományon” belüli, a nyolcvanas évekig jellemző nagy vitát is tükrözi, nevezetesen és kissé sarkítva az öröklés-környezet vitát – az altruisztikus viselkedést az egyénhez képest belső, illetve külső tényezőkre vezeti vissza. Az előbbi álláspontot képviseli a pszichoanalitikus felfogás. Ezen elmélet szerint altruisztikus viselkedés két úton keletkezhet: egyrészt egészséges azonosulás útján egy altruisztikus figurával, másrészt lehetséges a szorongás és lelkifurdalás leküzdése és átfordítása altruisztikus viselkedésbe. A korai gondozó-gyermek kapcsolat meghatározó az altruizmus két lehetséges mögöttes okának kialakulásában. Az adakozó, segítőkész anyával való azonosulás alakítja ki a felnőttkori segítségnyújtást, míg a segítségihiány és ajándékhiány a gyermekkorban az altruizmus neurotikus formájához vezet.

Az altruizmus egy lehetséges másik belső okára az etológia ad magyarázatot. Az altruizmusnak túlélési értéke van, amely azonban nemcsak az egyénre korlátozódik, hanem kiterjed a családra – például az „önzetlen” szülői segítség a gyermek felé –, sőt az egész fajra: segítség egy idegennek. Tehát nem az egyén, hanem a gének továbbélése a fontos.

Az altruizmus szituációs felfogását a szociális tanuláselmélet képviseli. A pszichoanalitikus elmülethez hasonlóan a tanuláselméletben is fontos az altruisztikus figura jelenléte, aki azonban itt mint modell szerepel. A segítő viselkedés a jutalmak és büntetések hatásain keresztül alakul ki, és az egyén e hatásokra történő reagálásának függvénye.

A hetvenes-nyolcvanas évek fordulóján kezdett elterjedni az interakciós modell, amely a belső diszpozíciók és a külső tényezők közötti kölcsönhatásokat helyezi előtérbe (ily módon a modell fellépése feloldotta a korábbi öröklés-környezet vitát is). A belső érzelmi állapotok, valamint a hangulat befolyásolja a segítő viselkedést, ugyanakkor a segítség biológiai hajlamát befolyásolja a tanulás és a fejlődés is, sőt maga a segítő viselkedés is fejlődik. Konkrét szituációban tehát a másik szorult helyzete előidéz egy megemelkedett belső állapotot – arousalt –, ami még önmagában nem biztos, hogy segítő viselkedéshez vezet. Szükséges a környezet kiváltó ingere, amit az egyén egy döntési folyamat révén fogad el relevánsnak vagy utasít el. Az érzelmi és a kognitív komponens egy dinamikus, aktív egységet alkot. (A pszichoanalitikus, tanuláselméleti és interakciós modellekről Pervin ad összefoglalást: Pervin 1978/1988, újabban és a gazdasági vonatkozásokat is szem előtt tartva Karajz, 2018.)

Az empátia ontogenetikus kialakulása és fejlődése: „nyugat és kelet” két elmélete az empátiafejlődésről

A következőkben Martin Hoffman empátiafejlődés-elméletét (Hoffman, 2000) és Takie Sugiyama Lebra elgondolásait a japán szocializációról (Lebra, 1994) vesszük szemügyre.

Mindkét szerző a korai anya-gyerek szimbiózisban gyökereztetni az altruisztikus viselkedést, feltűnő különbség azonban, hogy az előbbi a gyermek, az utóbbi az anya oldaláról közelíti meg az empátiafejlődést, ami a kultúrák közötti alapvető különbséget is tükrözi.

Hoffman elméletében a gyermek fokozatos én-másik elkülönítésén alapul, és ezzel párhuzamosan halad az empátiafejlődés. Az első életévben a másik szenvedése láttán megjelenik a saját komfortérzésre való törekvés. A második évben – az én-nem én-differenciáció kezdetén – a másik és a saját megnyugtatása lép előre. A kognitív vonal mellett a gyermek az érzelmeiben is kettősséget él át, amelyet a saját distressz és csökkentése, valamint a másik distressze iránti aggodalom érzete okoz. Az altruista viselkedés kialakulásának előfeltétele, hogy a gyermek érezze, hogy a saját és a másik szenvedésének enyhítésére irányuló vágya összefügg. Ez a szakasz átmenet a kezdeti „kvázi egoisztikus distresszválasz” és a valódi együttérzés között, amelynek alapja a másikkal való foglalkozás megjelenése a második év után.

A japán kultúrában az omoiyari (az empátia megfelelője) a morális értékek hierarchiájának csúcsán áll. A szülők tudatosan igyekeznek elérni, hogy gyermekükben meggyökeresedjen az omoiyari érzése. Az anya kifejezetten az empátia megtestesítője. Önzetlenség és önfeláldozó nélkülözés kell, hogy jellemezze. A gyermeknevelésben a gyermeket az empátia utánzására és viszontválaszra bátorítja verbálisan. Azt gyakoroltatja be a gyermekével, hogy úgy érezzen, ahogy ő. Ha ez sikeres, a gyermek érzékennyé válik arra, hogy átérezze anyja érzéseit, fájdalmait, kívánságait. Ekkor az anya már irányítani tudja. Így tehát a gyermek korábban kontrollálatlan egocentrikus viselkedése – ami egyébként elfogadott és megengedett, mint korspecifikus tulajdonság – kontroll alá kerül az anyai empátiává változás útján. A gyermek abbahagyja azokat a viselkedésformákat, amelyek bántják anyja érzéseit, vagy amelyek miatt szégyenkezhetnek a szülei.

Az empátia elsajátítása fejlesztően hat a gyermek szociális érzékenységére anyja iránt és rajta keresztül mások iránt. Ez később felnőttkorban is megmutatkozik abban, hogy kötelességének érzi annak elkerülését, hogy mást zavarjon. A gyermek tehát az empátiás nevelésen, az identitásfejlődés elkerülhetetlen alapján keresztül válik autonóm lénnyé (Lebra, 1994).

Mindkét elmélet az anya-gyerek duálunióból indul ki, és nagy súlyt fektet az empátiás érzések fejlődésének szerepére a teljes emberré válás útján.

Empátia és egészség

Ahhoz, hogy a világban ne csak egyszerű „információfeldolgozó szakemberként” éljünk, szükségünk van a spontaneitásra, a spontán beleélés képességére (Buda, 2012).

Kohut szerint (Kohut, 1985) az empátia segítségével a másik ember egy intuitív benyomást tesz ránk, amely folyamatában az arcfelismerés hirtelen, nem szándékos, intuitív jellegéhez hasonlítható. Az empátiás ráhangolódás és az arcfelismerés közös jellege Kohut szerint a korai anya-gyermek kapcsolatban gyökerezik, és innen indul fejlődésnek. A gyermek első élménye az anya arca, amely a beleélést, tükrözést és elismerést fejezi ki, így biztosítva az egészséges személyiségfejlődést. A későbbiekben erre az ősi empátiás létezésre épül rá az információk elemzése, a kognitív hozzáállás. Kohut az előbit elsődleges, az utóbbit másodlagos gondolkodási folyamatnak nevezi. Az egyén életében mindkettő megvan, a kettő egyszerre működik, nem zárják ki egymást.

Kohut személyiségfejlődési elméletében az anya mint tükröző éntárgy segíti a gyermek grandiózus selfillúziójának átformálódását. Mahler elméletében (Mahler, Pine, Bergman, 1987) ez a szakasz az omnipotens, pajzzsal védett anya-gyermek rendszerének felel meg, amely fokozatosan bomlik fel, és a gyermek a kikelés folyamatának segítségével a szeparáció és individuáció során válik autonóm, egészséges lényé.

A kohuti elméletben a grandiozitást az idealizáció váltja fel. A gyermek számára a szülő – főleg az apa – ideállá válik, ez segíti elő a gyermek felettes énjének kiépiülését. Az ideálhoz való hasonlóság motivációja az ambíció. Az ideál az egyénhez képest külső, az ambíció belső diszpozíció. Ezekből és a narcisztikus ellátás igényéből (amely az anya tükröző viselkedése) fejlődik ki a transzformált narcizmus, amely Kohut szerint öt összetevőből áll. A kreativitás, az empátia, a végesség elfogadása, a humorérzék és a bölcsesség komplexuma az önérdék meghaladása érdekében fejlődik ki. Az egészséges személyiség tehát magában hordozza a gyermeki empátiát, az ideálokat – mint pl. a munka tárgya –, elfogadja az egyénen túli, transzcendentális létezést, a belső megnyugvás manifesztációját és az értékek felsőbbrendűségének elfogadását a halálhoz képest.

Az empátia képessége feltétlenül szükséges a mindennapi élethez: Kohut szerint az egyszerű mozgásokat sem tudnánk értelmezni empátia – és intrapszichikus megfelelője, az introspekció – nélkül. Elengedhetetlen a gyógyításban, a tanításban, sőt a modern társadalmak erre építenek a reklámok vagy filmek bemutatásakor.

A XIX–XX. század társadalmi berendezkedései az egyének elidegenedését eredményezik. Minden automatizálódik és felgyorsul, így egyre kevesebb idő és energia marad az emberi kapcsolatok ápolására. A mindennapi rohanásokban az empátia az, ami összekötheti az embereket és a kapcsolatok összetartása révén biztonságot ad (Davis, 2018).

Az empátia kísérleti megközelítése: egy folyamat- és egy multidimenzionális modell

A más személy állapota által kiváltott és az azzal kongruens érzelmi állapotot nevezhetjük empátiának. A Batson és Coke e meghatározásában szereplő állapot tulajdonképpen a megnövekedett arousalszint. Ezen alapszik a két szerző modellje (Batson és Coke, 1983/1988), amely a segítségnyújtás két szakaszát különíti el. Az első szakaszban a kognitív szempontátvétel növeli az empátiás emocionális reakciót. A szerzők által idézett kísérletben a megfigyelők, akiket a célszemély szempontjának átvételére instruáltak, nagyobb fiziológiai arousalt produkáltak, mint azok, akiknek a célszemély mozgását kellett figyelniük, sőt az előbbi megfigyelők a megemelkedett arousalt a célszemély észlelt állapotával kongruens módon címkézték.

A modell második szakaszában az empátiás emóció növeli a segítségnyújtás motivációját. Az ehhez kapcsolódó kísérletben a kísérletvezetők két feltételt variáltak. A kísérleti személyek egy lány szomorú sorsáról hallgattak rádióadást. Az egyik csoport feladata az volt, hogy próbálja beleélni magát a lány helyzetébe, a másik csoportnak az adás technikáját kellett megfigyelnie. A másik variált feltételben nyugtató, ill. izgatószernek nevezett placebót kaptak a kísérleti személyek. Az elvárásnak megfelelően azok a kísérleti személyek címkézték hasonlóan a lány érzelmeihez a megemelkedett arousalszintjüket és segítettek rajta, akiket a beleélésre instruáltak, és úgy tudták, hogy nyugtatót kaptak.

A másik ember szenvedésének látványa tehát fiziológiai reakciót hoz létre, amelyet az egyén a megfigyelt személy érzéseivel kongruensen címkéz, ami az áldozat szenvedésének csökkenésére irányuló motivációt eredményez.

Batson és munkatársai egy korábbi vizsgálatukban (Batson, Duncan, Ackerman, Buckley, Birch, 1981) megvizsgálták azt a feltevést, hogy a segítségnyújtás egoisztikusan motivált-e, vagy van-e ténylegesen altruisztikus segítség is. A hoffmani empátiafejlődés-elmélet szerint mindkettőnek van alapja a korai személyiségfejlődésben. A saját distressz átélése – vagyis a megfigyelő megemelkedett arousalja – eredményezheti azt, hogy a megfigyelő végső soron ezt próbálja meg csökkenteni, a segítséget ehhez csak eszközül felhasználva.

Egoista motiváció esetében tehát cél a szenvedő látványa által okozott személyes distressz csökkentése segítségnyújtással vagy meneküléssel. Az előbbit akkor választja a megfigyelő, ha az utóbbi még negatívabb érzelmeket ébresztene benne, mint a distressz, például büntudatot vagy szégyent. Ebből következik, ha növeljük a menekülés negatív következményeinek intenzitását vagy számát, akkor a segíteni akarás foka is emelkedni fog. Ha viszont csökkentjük a következményeket, akkor a segíteni akarás foka is csökken. Ezzel szemben az altruisztikus motiváció független a menekülés következményeitől, mert a megfigyelő ebben az esetben a másik szenvedését akarja csökkenteni.

Batson és mtsai két kísérletet végeztek ehhez kapcsolódóan (Batson és mtsai, 1981). Az első kísérletben egy lányt kellett nézniük a kísérleti személyeknek, aki

áramütéseket kapott. Két feltételt variáltak a kísérletvezetők: a megfigyelt személy és a kísérleti személyek hasonlósága vs. különbözősége és könnyű vs. nehéz menekülési feltétel. Abban az esetben, amikor a kísérleti személy úgy tudta, hogy a megfigyelt személy hasonló hozzá, akkor ez altruisztikus segítségnyújtást eredményezett, a másik feltétel variálása nem volt hatással a kísérleti személyre. A másik esetben azonban, amikor a kísérleti személy és a megfigyelt személy különböztek és ez az egoisztikus motivációt hívta elő, a megfigyelt személy nagyobb szenvedésének látása (több áramütést kapott – nehéz menekülési feltétel) segítségnyújtást eredményezett.

A másik kísérletben a hasonlósági feltétel helyett a placebónak tulajdonított empátiás aggodalom vagy személyes distresszfeltételt variáltak. Az eredmények alátámasztották az első kísérlet eredményeit: a distresszfeltételben, ahol a motiváció egoisztikus volt, a segítségnyújtás foka alacsonyabb volt a könnyű, mint a nehéz menekülési helyzetben.

Az egoisztikus és altruisztikus motivációjú segítségnyújtásból kinőve és szintén kapcsolódva a hoffmani empátiafejlődéshez, az empátia újabb kutatásai egy multidimenzionális megközelítést eredményeztek (Davis, 1983).

A globális empátiát négy aspektusával jellemezhetjük:

- perspektíva felvétel, amely a másik ember nézőpontjának átvételét jelenti pl. vitában,
- fantázia, amely során az egyén film- és regényhősök helyzetébe képzeletben magát,
- empátiás aggodalom, amely a másik iránti együttérzést fejezi ki, valamint
- személyes distressz, amely feszült interperszonális helyzetekben az egyén kellemetlenség-, szorongásérzetét ragadja meg.

Davis kidolgozta az interperszonális reaktivitási indexet (IRI), amelyben a fenti négy összetevő egy-egy alskálát alkot. Vizsgálatában a négy IRI-skála és öt ehhez kapcsolódó konstruktum viszonyát elemzi: szociális kompetencia, önértékelés, emocionalitás, mások iránti érzékenység és – csupán tájékozódó jelleggel – intelligencia. Az előbbieket elméleti vagy logikai úton kapcsolódnak az IRI-skálákhoz. A perspektíva felvétel pozitívan korrelált a szociális kompetenciával, az önértékeléssel, mások megértésével és negatívan az önközpontú érzékenységgel (ami azt jelenti, hogy az egyén milyen benyomást kelt másokban). A fantáziamutatató pozitívan korrelált a verbális intelligenciával és az emocionális reaktivitással, valamint a férfiaknál az érzékenységgel. Az empátiás aggodalom pozitívan korrelált mások megértésével és az emocionalitással. A distressz pozitívan korrelált a szegénylőséggel, a szociális szorongással, az emocionális sebezhetőséggel és a mások iránti önközpontú érzékenységgel.

Vásárlási döntések és empátia

A vásárlási döntést befolyásoló egyik tényező a vásárló személyisége. Elterjedt a vásárlási döntések kommunikációs folyamatként való leírása és elemzése (Pólya, 2018), illetve egyéb, a családot előtérbe állító modellek (pl. Horváthné et al., 2012, Földi, 2011) is jelen vannak, vagy a személyiség egy aspektusát figyelembe vevő operacionálizált kutatások, pl. Agárdi, 2019 vagy Korpás Szabó, 2019. Kevés szó esik azonban a vásárlói személyiségről, vagy azt általában egyoldalúan értelmezik, kevés figyelmet fordítva a személyiség mélyebb pszichológiai elemzésére.

A marketingkutatásban jellemzően két területen jelenik meg az empátia vizsgálata. Az egyik terület a személyes eladás, ahol a szolgáltatást vagy árut igénybe vevők, illetve kínálók empatikus hozzáállásának hatását vizsgálják az eladási folyamatra (Delpechitre, Rutherford, Comer, 2019; Bahadur, Khan, Ali, Usman, 2019; Zerbini, Vergura, Luceri, 2019; Umasuthan, Park, Ryu, 2017).

A másik terület az eleve empátiára építő jótékonysági hirdetések területe (Weiss, Cohen, 2019; Bartsch, Kloss, 2018; Keskin, Akgun, Ayar, Etlioglu, 2017).

Saját vizsgálatomat Kohut azon meglátása inspirálta, hogy a mindennapi élet elengedhetetlen feltétele az empátia, amelyet a reklámok is kihasználnak. A vizsgálatomhoz három adalék szolgál alapul. Egyrészt a segítő viselkedés folyamatmodelljéből az empátiás gerjedelem (Pervin, 1978/1988) és az a megállapítás, hogy a magasabb arousal nagyobb mérvű segítségnyújtáshoz vezet (Batson és Coke, 1983/1988). Másrészt ehhez kapcsolódóan Hebb ismert görbéje (Hebb, 1975) az ingerek viselkedést irányító hatékonyságának és az arousalszintnek az összefüggéséről: az arousalszint további emelkedése az optimális szint után már érzelmi zavart okoz. Harmadrészt pedig Davis eredményei a személyes distressz korrelációival kapcsolatban (Davis, 1983).

Kérdésfeltevés az, hogy a reklámot saját magukra nézve fontos vásárlási tényezőként tekintő egyének személyes distressze – azaz a másik ember szenvedésének átélése közben keletkezett megemelkedett arousalja – együttjár-e a mindennapi élethelyzetekben fellépő emocionális labilitással. Vagy másképp: a reklámot fontosnak tartó egyének esetében a szituáció hatásának tűnő, pillanatnyi magas arousal okozza-e a személyes distressz vagy az empátiás aggodalom fellépését, vagy tekinthetjük ezt egy stabil személyiségvonásnak, amely általában jellemző reagálásmódot jelentene az empátiát igénylő helyzetekben.

Anyag és módszer

Vizsgálati személyek

A kutatás első szakaszában 1864 felnőttel vettem fel kérdőívet. A kérdőív eredményei alapján a vizsgálati személyeket két csoportra osztottam, az első csoport úgy nyilatkozott, hogy nem érzi döntő tényezőnek, a másik csoport viszont kiemelte befolyásoló

tényezőként a reklámokat a vásárlási döntései során. A továbbiakban ez utóbbi csoport vizsgálatának folyamatát és eredményeit mutatom be. A csoport elemszáma 965 fő.

Eszközök

Az empátia és a szorongás mérésére Davis IRI-skáláját alkalmaztam (Davis, 1983). A vizsgálati személyeknek 28 állításról kellett eldönteniük, hogy mennyire jellemzi őket, és ezt egy ötfokú skálán jelezni (0 = nem jellemző, 4 = nagyon jellemző). A kérdőív egyaránt tartalmaz egyenes és fordított állításokat. Az állításokra adandó pontszám a személy által adott számokkal egyenlő. Az alskálákat külön kell összegezni. Minden alskála hét állítást tartalmaz, így 0–28 pont adható.

A személyiséget a Big Five személyiségtesztrel mértem (Caprara, Barbaranelli és Borgogni, 1993; magyar változat Rózsa, 1995). A 132 tételes kérdőívre az egyetértés öt fokozatával kellett válaszolni, a pontozás megegyezik az előbbieken leírtakkal. Az öt személyiségfaktort a szerzők két-két alskálára bontották, valamint hozzátekettek egy szociális kívánatosságot mérő skálát is, amely a vizsgálati személy azon hajlandóságát mutatja, hogy mennyire torzítja a magáról kialakított képet a másoknak való megfelelni vágyás szükséglete. Minden alskála 12 tételből áll.

Eljárás

A két kérdőívet egy alkalommal vettem fel az egyes vizsgálati személyekkel, először a Big Five-ot, utána az IRI-t. Mindkét kérdőíven szerepel a kitöltés instrukciója, a vizsgálati személy egyedül tölti ki a válaszlaponkat.

Eredmények

A vizsgálati személyek egyes alskálákon elért átlageredményei és szórásai a következők:

		Átlag	Szórás
IRI	Fantáziaskála	14,5	6,747319
	Perspektíva felvétel	17,05	5,134763
	Empátias aggodalom	18,05	6,320185
	Személyes distressz	17,45	6,270021
Big Five	Dinamizmus	36,6	5,968338
	Dominancia	36	5,866946
	Dinamizmus + Dominancia	72,6	10,23616

Együttműködés + Udvariasság	Együttműködés	44,3	4,835178
	Udvariasság	40,4	4,998947
	Barátságosság	84,7	8,6639
Pontosság + Kitartás	Pontosság	39,4	8,133103
	Kitartás	40,3	7,540068
	Lelkiismeretesség	79,7	13,13533
Emocionális + Impulzus kontroll.	Emocionális kontrollátlanság	44,15	11,14628
	Impulzus kontrollátlansága	38,6	9,697531
	Neuroticitás	82,75	18,82572
Kultúrára + Tapasztalatokra	Nyitottság a kultúrára	41	6,988713
	Nyitottság a tapasztalatokra	39,95	6,621138
	Nyitottság	80,95	12,32659
Szociális Kíváncsiság	Szociális kíváncsiság	38,2	4,525949

1. táblázat A vizsgálati személyek alskálánkénti átlagai és szórásai

Saját forrás, saját szerkesztés

Az IRI-kérdőív alskáláit szintén korreláltattam a Big Five alskáláival. A korrelációk a következőképpen alakultak az IRI és a felosztott Big Five-alskálák között:

	Fantáziaskála	Perspektíva- felvétel	Empátiás aggodalom	Személyes distressz
Dinamizmus	0,145072	-0,01477	0,275429	0,017721
Dominancia	-0,01197	-0,02446	-0,18878	-0,20031
Együttműködés	0,072596	-0,08543	0,311216	-0,1401
Udvariasság	0,454077 *	0,14066	0,450781 *	0,146761
Pontosság	-0,10838	-0,1719	0,057953	-0,27
Kitartás	0,073451	-0,10916	-0,02463	-0,15441
Emocionális ktr.	0,337662	0,096419	0,612521 **	0,645136 **
Impulzus ktr.	0,127894	0,113519	0,375607	0,338103
Nyitottság a kult.	0,158492	-0,3168	0,14418	-0,18857
Nyit. a tapasztal.	-0,11486	-0,19808	-0,05905	-0,25425

(+ $p < 0,1$, * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$)

2. táblázat Alskálák közötti korrelációk

Saját forrás, saját szerkesztés

Az IRI-alskálák és az öt személyiségdimenzió – valamint a szociális kívánatosság – korrelációi:

	Fantáziaskála	Perspektíva-felvétel	Empátiás aggodalom	Személyes distressz
Energia	0,077728	-0,02263	0,052392	-0,10447
Barátságosság	0,302511	0,033481	0,433779 +	0,006491
Lelkiismeretesség	-0,02494	-0,1691	0,021746	-0,25581
Neuroticitás	0,265803	0,115564	0,556143 *	0,556134 *
Nyitottság	0,02816	-0,28601	0,050026	-0,24348
Szociális kívánatosság	-0,12754	-0,44208 +	-0,32972	-0,41137 +

(+ $p < 0,1$, * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$)

3. táblázat Személyiségdimenziók és az empátikus jellemző közötti korrelációk

Saját forrás, saját szerkesztés

Tájékozódásképpen megnéztem a két kérdőívben belül is az alskálák korrelációit. Az IRI-n belül a fantáziaskála és az empátiás aggodalom, ill. a fantáziaskála és a személyes distressz között mutatható ki szignifikáns korreláció. A Big Five-on belül a legtöbb szignifikáns és nagymértékű együttjárást kifejező korrelációja az energiának – ezen belül a dinamizmusnak –, a lelkiismeretességnek, a nyitottságnak – ezen belül a nyitottságnak a kultúrára – és a szociális kívánatosság alskáláknak volt.

Következtetések

A reklámot fontos tényezőként ítélik fenti táblázataiból kitűnik, hogy szignifikáns pozitív korreláció áll fenn a neuroticitás – és ezen belül az emocionális kontrollálatlanság – és az empátiás aggodalom, ill. a személyes distressz között. Ez azt jelenti, hogy az empátiát igénylő helyzetekben az altruisztikus vagy egoisztikus empátia alkalmazása attól függ – azzal jár együtt –, hogy a megfigyelő személy neuroticitása mekkora, azaz általában az érzelmet kiváltó helyzetekben milyen mértékben engedi át magát az érzelmeinek anélkül, hogy kontrollálná azokat.

Szignifikáns pozitív a korreláció az udvariasság és a fantáziaskála, ill. empátiás aggodalom és tendenciaszerű a kapcsolat a barátságosság és az empátiás aggodalom között. Azaz az udvarias, barátságos személyek empátiás helyzetekben magas fokú altruisztikus empátiát élnek át.

A perspektíva felvétel és a személyes distressz negatívan korrelál a szociális kívánatossággal. Az a megfigyelő, aki kevésbé képes beleélni magát a vitapartnerének

a nézőpontjába, és kevéssé szorong a másik szenvedése láttán, a társadalmi elvárásokat inkább figyelembe veszi. A társadalom által elvárt a figyelem és odafordulás a szorult helyzetben lévő másik felé, ezért ennek azt kellene maga után vonnia, hogy a szociális kívánatosság skálája és a perspektíva felvétel között a korreláció pozitív. Az is elképzelhető azonban, hogy aki hazudik, éppen azt hazudja, hogy nem szorong, azért, hogy magát is megvédje. Elképzelhető ilyen torzítás az énvédelem érdekében. A kapott eredmény furcsa, a kapcsolat azonban csak tendenciaszerű. Újabb vizsgálat elvégzése esetleg más eredményt adna.

Összefoglalva: a személyiségfaktorokat és az IRI skáláit tekintve tendenciát mutat negatív irányban a szociális kívánatosság a perspektíva felvétellel és a személyes distresszel, ugyancsak tendenciaszerű a kapcsolat a barátságosság és az empátias aggodalom között. Elvárásommal összhangban szignifikáns pozitív kapcsolat mutatható ki a neuroticitás és az empátias aggodalom, ill. személyes distressz között. Az értelmezésnél vigyáznunk kell, mert könnyen eshetünk abba a hibába, hogy a neuroticitás magas fokát oknak tekintjük az altruisztikus vagy egoisztikus empatizálásban. Az eredmények csupán azt mutatják, hogy a két empátias megközelítés együtt jár az érzelmi instabilitással.

A reklámot fontos tényezőként ítélik esetében a bizonytalanság, a féltékenység és a sérülékenység mellett az érzelmi instabilitás jellemzi azokat az egyéneket, akik mások szenvedéseit látva kellemetlenül érzik magukat, szoronganak vagy magukat esetleg veszélyeztetve is a segíteni akarás vágyát élik meg. Empátias helyzetben a megemelkedett arousal nagymértékű – esetenként túlságosan nagy – szorongást eredményez, ez azonban nem csak egy pillanatnyi állapot, hanem ezeket az egyéneket általánosan jellemzik a szélsőséges érzelmi reagálások.

Hivatkozott források

- [1.] Agárdi I. (2019): A tapintás iránti preferencia mediáló hatása a fogyasztó neme, a termék típusa és a csatornaválasztás kapcsolatában. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 50 (1). pp. 70–79.
- [2.] Bahadur, W., Khan, A., Ali, A., Usman, M. (2019): Investigating the Effect of Employee Empathy on Service Loyalty: The Mediating Role of Trust in and Satisfaction with a Service Employee. *Journal of Relationship Marketing*. 10.1080/15332667.2019.1688598
- [3.] Bartsch, A., Kloss, A. (2019): Personalized charity advertising: Can personalized prosocial messages promote empathy, attitude change, and helping intentions toward stigmatized social groups? *International Journal of Advertising*. pp. 345–363.

- [4.] Batson, D. C., Coke, J. S. (1983): A segítő viselkedés empátiás motivációja. In: Barkóczi I., Séra L. (szerk.): *Az emberi motiváció I.* Tankönyvkiadó, Budapest, 1988. pp. 299–317.
- [5.] Batson, D. C., Duncan, B. D., Ackerman, P., Buckley, T., Birch, K. (1981): Is Empathic Emotion a Source of Altruistic Motivation? *Journal of Personality and Social Psychology*, 40. pp. 290–302.
- [6.] Buda Béla (2012): *Empátia – A beleélés lélektana.* L'Harmattan Kiadó, Budapest.
- [7.] Caprara, G. V., Barbaranelli, C., Borgogni, L., Perugini, M. (1993): *The Big Five Questionnaire: A new questionnaire to access the five factor model.* *Personality and Individual Differences*, 15. pp. 281–288. Magyar változat: Rózsa S. 1995. ELTE.
- [8.] Davis, M. H. (1983): Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44. pp. 113–126.
- [9.] Davis, M. H. (2018): *Empathy: A social psychological approach.* Routledge, New York.
- [10.] Delpechitre, D., Rutherford, B. N., Comer L. B. (2019): The importance of customer's perception of salesperson's empathy in selling. *Journal of Business & Industrial Marketing* Vol. 34 No. 2, pp. 374–388.
- [11.] Földi K. (2011): A nők élelmiszer-vásárlási magatartása. *Economica* (Szolnok) 4 : 10 pp. 73–81.
- [12.] Hebb, D. O. (1975): *A pszichológia alapkérdései.* Gondolat, Budapest, pp. 228–233.
- [13.] Hoffman, M. L. (2000): *Empathy and Moral Development: Implications for Caring and Justice.* Cambridge: Cambridge University Press.
- [14.] Horváthné Kökény A., Bálint Á., Kulcsár P., Oravecz G. (2012): A háztartások pénzügyi döntései: gondoskodjunk a jövőnkéről. *Szolnoki Tudományos Közlemények* 16 pp. 20–27.
- [15.] Karajz S. (2018): Az altruista viselkedés modellezési lehetőségei. Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek, Faculty of Economics, University of Miskolc, Vol. 15(1), pp. 82–91.
- [16.] Keskin, H., Akgün, A., Ayar, H., Etlioglu, T. (2017): Persuasive messages and emotional responses in social media marketing. *Journal of Management, Marketing and Logistics*. 4. pp. 202–208.

- [17.] Kohut, H. (1985): *Self Psychology and the Humanities*. Ed. by Charles B. Strozier. W. W. Norton & Co., New York & London.
- [18.] Korpás, Z., Szabó, B. (2019): Az online reklámok közvetlen hatásának vizsgálata a vásárlási döntésekre. *Marketing & Menedzsment* 53(2), pp. 31–44.
- [19.] Lebra, T. S. (1994): Mother and child in Japanese socialisation: Japan – U. S. comparison. In: Greenfield, T. M., Cocking, R. R. (Eds.): *Cross Cultural roots of minority child development*. Lawrence Erlbaum associates. pp. 262–263.
- [20.] Mahler, M. S., Pine, F., Bergman, A. (1987): *The Psychological Birth of the Human Infant*. Maresfield Library, London.
- [21.] Pervin, L. A. (1978): Altruizmus. Miért segítenek az emberek és miért nem? In: Barkóczi I., Séra L. (szerk.): *Az emberi motiváció I*. Tankönyvkiadó, Budapest, 1988. pp. 271–298.
- [22.] Pólya É. (2018): A családon belüli vásárlási-döntési folyamatok komplex modellje. *Gradus 5*: 2 pp. 117–122.
- [23.] Investigating the Effect of Employee Empathy on Service Loyalty: The Mediating Role of Trust in
- [24.] and Satisfaction with a Service Employee, *Journal of Relationship Marketin*
- [25.] Investigating the Effect of Employee Empathy on Service Loyalty: The Mediating Role of Trust in
- [26.] and Satisfaction with a Service Employee, *Journal of Relationship Marketing*
- [27.] Umasuthan, H., Park, O. and Ryu, J. (2017): „Influence of empathy on hotel guests’ emotional service experience”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 31 No. 6, pp. 618–635.
- [28.] Weiss, J. K., Cohen, E. L. (2019): Clicking for change: the role of empathy and negative affect on engagement with a charitable social media campaign. *Behaviour & Information Technology*, 38: 12, pp. 1185–1193.
- [29.] Zerbini, C., Vergura, D. and Luceri, B. (2019): How fair-trade claims and emotional empathy affect the consumer’s propensity to buy fair chocolate? *British Food Journal*, Vol. 121 No. 7, pp. 1605–1613.

Szerző

Molnár Edina

PhD főiskolai tanár

DE GTK Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet, Szolnok

molnar.edina.phd@econ.unideb.hu



HEVES MEGYE TERÜLETFEJLESZTÉSÉNEK FŐBB ASPEKTUSAI

Szabó Róbert

Összefoglalás

Heves megyére a magyar megyék között az elmúlt évtizedekben mindig az átlagosság volt a jellemző. Átlagos területű, átlagos népességű, átlagosan iparosodott, átlagos életszínvonalú stb. Az elmúlt évek fejlődési tendenciáinak és eredményeinek ismeretében úgy érzem, vehetem a bátorságot, hogy megfogalmazzam azt az állítást, hogy manapság Heves megye egyike az ország legdinamikusabban fejlődő megyéinek. Ez a tanulmány a koronavírus-járvány idején íródott, ennek a világméretű járványnak a gazdasági hatásait még nem vehette figyelembe. Heves megyének a járványt megelőző gazdasági állapotáról, az itt folyó területfejlesztési munkáról, valamint a megye lehetőségeiről és kihívásairól ad egy pillanatképet.

Kulcsszavak: területfejlesztés, Heves megye, TOP

JEL: J10

THE MAIN ASPECTS OF THE REGIONAL DEVELOPMENT OF HEVES COUNTY

Abstract

Heves county is a geographically diverse area; its northern part is mountainous (the Mátra and Bükk are the two highest mountain ranges in Hungary), while at south it includes a part of the Great Hungarian Plain. From south it is bordered by Lake Tisza, the largest artificial lake in Hungary. The site of Heves county may advance a positive image of a potential 'bridge role' in the planning and acting of both medium and long-term regional development. The county is well provided with nature capital, and it is in possession of close linking points towards Hortobágy and Lake Tisza, which areas already hold good cooperation possibilities of complex rural development and tourism.

Keywords: regional development, Heves county, TOP

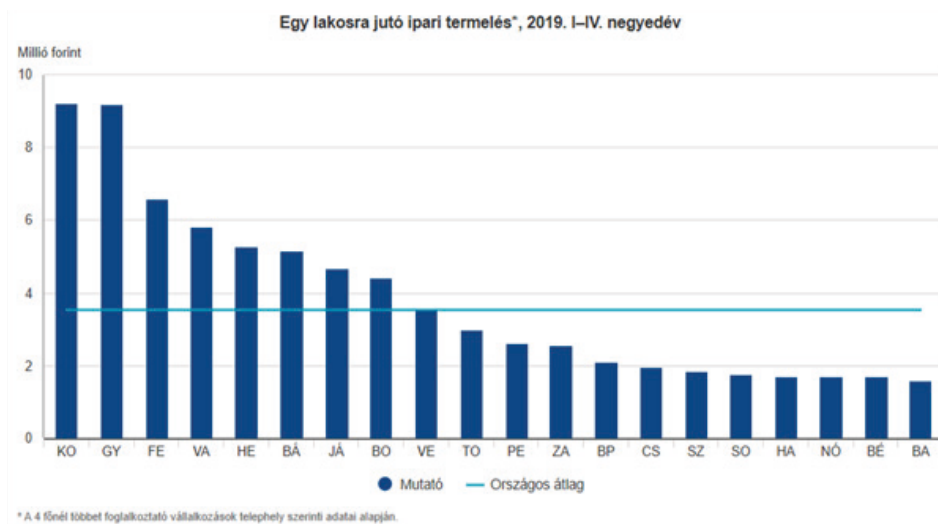
Bevezetés

Heves megye rövid bemutatása főbb gazdasági mutatói tükrében

Heves megyére a magyar megyék között az elmúlt évtizedekben mindig az átlagosság volt a jellemző. Átlagos területű, átlagos népességű, átlagosan iparosodott, átlagos életszínvonalú stb. Bármilyen statisztikát vizsgáltunk (munkaerőpiaci, demográfiai, gazdasági) általában átlagos vagy kicsivel átlag alatti eredmények jellemezték a megyét. Eddig. Természetesen a megyének nincsenek területbővítési törekvései, a népesség is maradt átlagos, viszont a gazdasági teljesítmény, életszínvonal, munkanélküliség területén komoly fejlődésnek indult a térség. Ha az ez évi vagy tavalyi KSH-jelentéseket böngésszük, megfigyelhető, hogy Heves megye több gazdasági mutatóban is az ország megyéinek élbolyába zárkozott fel. Az elmúlt évek fejlődési tendenciáinak és eredményeinek ismeretében úgy érzem, vehetem a bátorságot, hogy megfogalmazzam azt az állítást, hogy manapság Heves megye egyike az ország legdinamikusabban fejlődő megyéinek.

A fenti megállapítást alátámasztandóan íme néhány beszédes, társadalmi-gazdasági jellegű KSH-adat.

Az egy lakosra jutó ipari termelés tekintetében, ami talán a legfontosabb gazdasági aktivitást mérő mutató, Heves megye a megyék és Budapest közti rangsorban az ötödik. A kelet-magyarországi megyék közt az első. Az országos átlag 2019. I–IV. negyedévében 3 532 ezer Ft, míg ez az érték Heves megyében 5 259 ezer Ft volt. Ez közel másfélszerese az országos átlagnak.

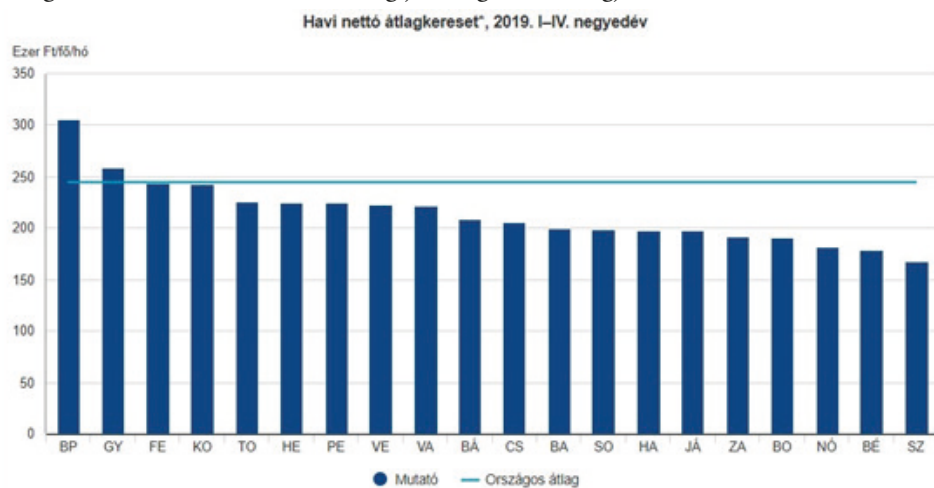


1. ábra: Egy lakosra jutó ipari termelés Heves megyében 2019-ben

Forrás: KSH

Ez a növekvő gazdasági teljesítmény, amennyiben meg tudjuk tartani a lendületet, jó alapul szolgálhat a megye területfejlesztéséhez, amelynek legfőbb célja a megye élhetőségének és az itt élő emberek életszínvonalának minőségi javítása.

A havi nettó átlagkereslet tekintetében Heves megye a hatodik a megyék és Budapest rangsorában, és itt is csak nyugat-magyarországi megyék előzik meg. Kelet-Magyarországon Heves megyében lehet átlagosan a legmagasabb bért keresni, 2019-ben 225 027 Forintot. Bár azt is hozzá kell tenni, hogy az országos átlagot – ami 244 609 Ft – még nem éri el Budapest kimagasló, gazdaságicentrum-jellegéből adódó, magas átlagkeresetei miatt. Valószínű még jó ideig nem is fogja.



* Az intézményi munkaügyi statisztikai előirányozott rendszer adatai alapján. Adókedvezmények nélkül.

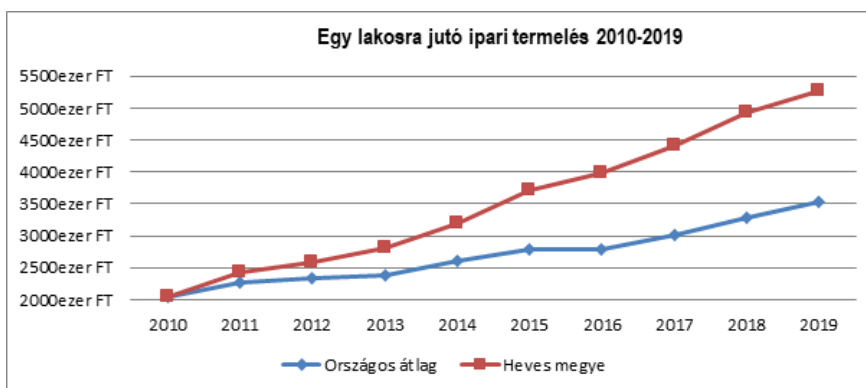
2. ábra: Havi nettó átlagkereslet Heves megyében 2019-ben

Forrás: KSH

Az előző két ábra egy pillanatképet mutatott a gazdasági aktivitás és a keresetek terén. Mindkét mutató vizsgálata kikerülhetetlen, ha egy megye vagy térség gazdasági, társadalmi állapotát szeretnénk felmérni. De fontosabb következtetéseket csak úgy lehet levonni, ha hosszabb időintervallumot vizsgálunk. Ezért is fontosnak tartom, hogy ne csak a jelenlegi adatokat tekintsük meg, hanem az elmúlt évek trendjeit is bemutassam.

Ha az egy lakosra jutó ipari termelést 2010-től egészen napjainkig vizsgáljuk, jól kirajzolódik egy egyértelmű növekedési trend, ami jóval intenzívebb növekedést mutat, mint az országos átlag. Némiképp árnyalja a pozitív képet, hogy mivel az ipari termelést a KSH főre bontja, a növekedés intenzitását az is befolyásolja, hogy a megye évről évre komoly demográfiai deficitet szenved el, ami az országos átlagot meghaladja. Átlagosan mintegy 3000 fővel csökken Heves megye lakossága évente. Nem érezném tisztességesnek ezt a tényt elhallgatni, és fontos is hangsúlyozni, hogy ezen a területen a megyének még sok a tennivalója.

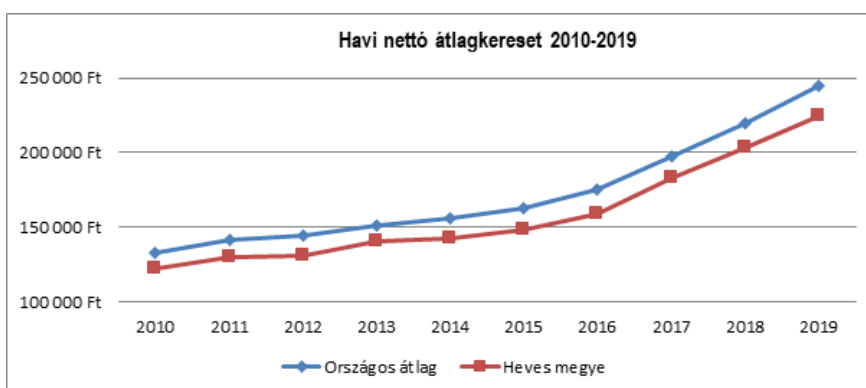
Míg 2010-ben az egy lakosra jutó ipari termelés 2033 ezer Ft volt, ami kevéssel az országos érték (2044 ezer Ft) alatt volt, addig 2019-re már megközelítette az országos átlag 150%-át. Ez egy intenzív iparosodási folyamatnak köszönhető, ami 2010-esévek elején indult és napjainkban is tart. Évről évre új gyárak épülnek (Apollo Tyres, Viresol, RUAG Aerostructures), valamint sok meglévő vállalat hajt végre kapacitásnövelő beruházásokat (Bosch, ZF, Procter&Gamble, SBS, Mátrametál stb.) Jelenleg is több cég tervez bővítést, valamint jelentős iparipark-beruházások vannak folyamatban a megyében. Ebből arra lehet következtetni, hogy ez a pozitív trend a jövőben fennmarad.



3. ábra: Egy lakosra jutó ipari termelés Heves megyében 2019-ig

Forrás: KSH

Ha a havi nettó átlagkereset elmúlt tíz éves trendjét vizsgáljuk, akkor megállapítható, hogy a megyei keresők bérszínvonala követi az országos átlagot, de folyamatosan alatta van egy kevéssel.



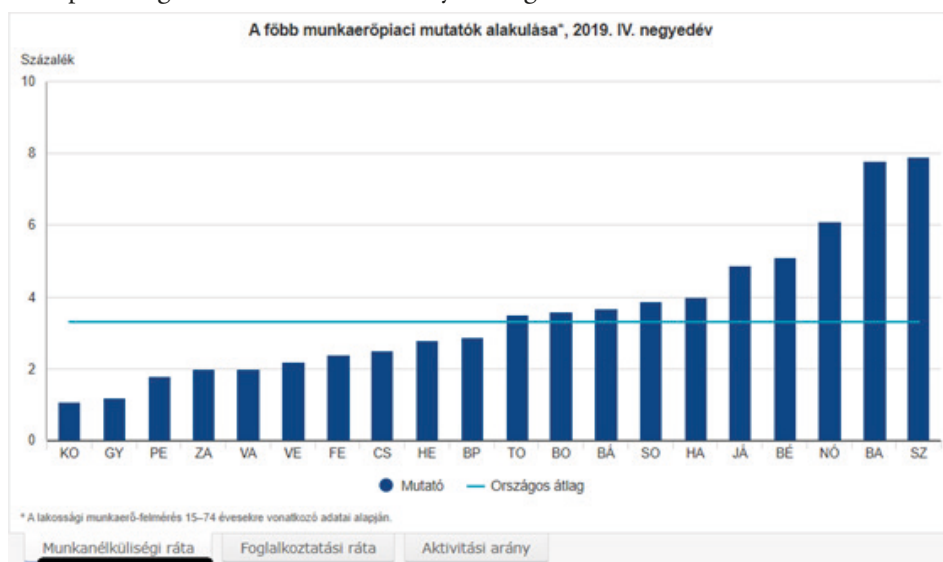
4. ábra: Egy lakosra jutó havi nettó átlagkereset Heves megyében 2019-ig

Forrás: KSH

Ahogy a megye gazdasági teljesítménye növekedett az elmúlt években, úgy csökkent a munkanélküliség. Jó érzés kimondani, hogy jóformán megszűnt a munkanélküliség a megyében. Ami még van, az jórészt strukturális jellegű munkanélküliség, amit képzési és átképzési programokkal a Megyei Önkormányzat a Kormányhivatal Munkaügyi Központjával közösen, európai uniós források felhasználásával próbál csökkenteni.

A Heves Megyei Kereskedelmi és Iparkamara felmérései szerint a megyének körülbelül 2000 fő többletmunkaerőre lenne szüksége.

2019. IV. negyedében Heves megyében a munkanélküliségi ráta a KSH adatai szerint 2,8% volt, ami 0,5%-kal alacsonyabb, mint az országos átlag, a megyék és Budapest rangsorában a kilencedik helyet elfoglalva.



5. ábra: Főbb munkaerőpiaci mutatók alakulása Heves megyében

Forrás: KSH

Azért ez nem volt mindig így. Ha egy öt évvel ezelőtti statisztikát nézünk (2014. IV. negyedév), akkor láthatjuk, hogy Heves megye a nem túl előkelő 14. helyet foglalta el a megyék és Budapest rangsorában. 8,4%-os munkanélküliség volt, ami 1,3%-kal magasabb volt, mint az országos átlag.

Összegezve elmondható, hogy az országhoz hasonlóan Heves megye gazdasága is az elmúlt években növekvő pályára állt. A növekedés üteme nagyobb, mint az országos. Ezt támasztják alá a megye gazdasági mutatói is. Fontos jövőbeli kihívás a növekedés dinamikájának a fenntartása, valamint a gazdasági eredmények megőrzése mellett a települések élhetőségének és az itt élő emberek életminőségének javítása.

Eredmények

A megyei önkormányzatok mint a területfejlesztés motorjai

A magyar közigazgatás 2010-es évek első felében lezajlott reformja következtében a helyi és térségi fejlesztéspolitikában új keretek jöttek létre. A legfontosabb változás, melynek legfőbb célja a területi egyenlőtlenségek csökkentése, hogy a megyei önkormányzatok erős tervezési és területfejlesztési feladatköröket kaptak.

A 2007–2013-as programozási időszak regionális operatív programjainak (ROP) tapasztalatai alapján jól látszott, hogy a decentralizált források, ha azok átgondolt, jól előkészített elképzelések mentén valósulnak meg, akkor nagymértékben hozzájárulnak az adott térség vagy megye fejlődéséhez. A ROP-ok a 2007–2013-as fejlesztési ciklus egyik legjobban teljesítő operatív programjai voltak, ez igazolta a decentralizált forrásallokáció létjogosultságát. A még nagyobb hatékonyság érdekében fontos jól meghatározni, hogy mi az ideális területi szint, ahol a rendelkezésre álló decentralizált források hasznosulnak. A térségi szereplők visszajelzései, valamint szakmai megfontolások alapján a 2014–2020-as programozási időszak decentralizált forrásallokációjának területi szintje a megye lett.

Személyes véleményem szerint ez egy kulcsfontosságú döntés volt a tervezés szempontjából. Mint a Heves Megyei Önkormányzat elnöke volt szerencsém részt venni mind a regionális, mind a megyei szinten működő operatív programok megvalósításában. Véleményem szerint a régió mint területfejlesztési egység, tervezés szempontjából nehezen értelmezhető Magyarországon (Bujdosó Z.–Remenyik B., 2008, Bujdosó et al., 2011). Nem történelmi alapokon nyugszik, kialakítása külső megfelelés által vezérelve, mesterségesen történt. Területén belül térségi kohézió nincs. Ezáltal komplex fejlesztési koncepció kialakítása nem könnyű feladat. Osztom az országos döntéshozók álláspontját, miszerint az ideális fejlesztéspolitikai területi egység Magyarországon a megye. 1000 éves történelmi alapokon nyugszik, elég nagy, hogy komplex, egymásra épülő, szinergiákon alapuló fejlesztésekben gondolkodjunk, de a régiókkal ellentétben még átlátható, és területi kohézió alapul.

A megyei önkormányzatok a 2014–2020-as programozási időszak sikeres megvalósítása érdekében az alábbi tervezési folyamatot követték:

1. Megyei szintű helyzetfeltáró dokumentumok elkészítése
2. Megyei területfejlesztési koncepció elfogadása
3. Megyei szintű fejlesztési igényfelmérés, projektgyűjtés
4. Megyei területfejlesztési program elfogadása
5. Megyei integrált területi program megalkotása
6. Partnerség biztosítása
7. Területi koordináció folyamatos ellátása

Heves megye területfejlesztési célrendszere

2014. februárban a Heves Megyei Önkormányzat elfogadta a megye területfejlesztési koncepcióját, ami egy hosszú helyzetfeltáró és stratégiaalkotó munka eredménye volt. Ebben sikerült esszenciálisan megfogalmazni a megye jövőképét:

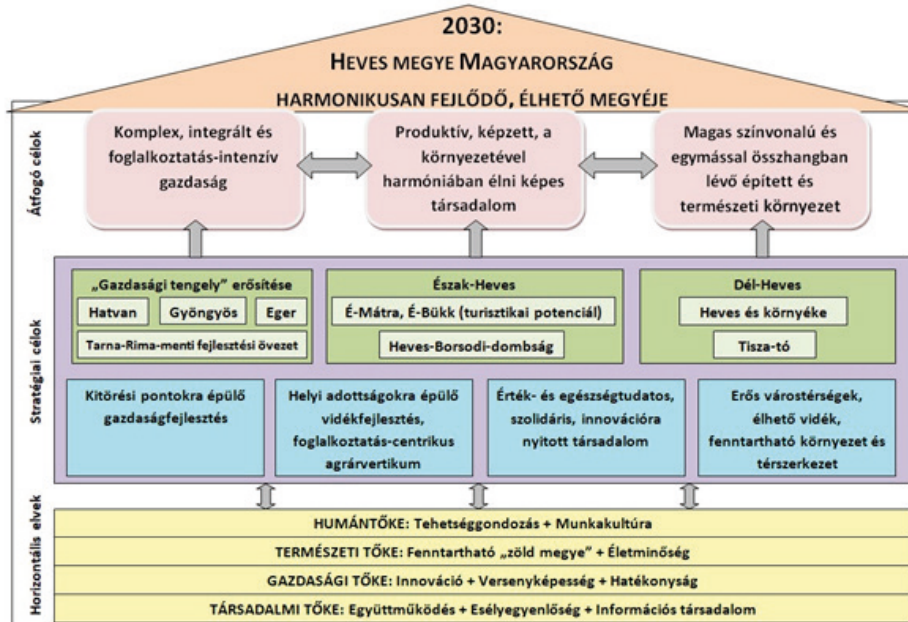
„Heves megye Magyarország harmonikusan fejlődő, élhető megyéje”

„Heves megye a megfelelően képzett és képezhető, egészséges humán tőkére támaszkodó, innovációorientált, versenyképes és kiszámíthatóan fejlődő gazdaságával, természeti erőforrásainak fenntartható használatával és társadalmi erőforrásainak, közösségeinek folyamatos fejlesztésével, munkahelyek teremtésével és egyre javuló közbiztonságával 2030-ra a nemzetgazdaság fontos szereplőjévé válik.”

Mikor azon gondolkodtunk, hogy milyen Heves megyét is szeretnénk építeni, abban minden szereplő egyetértett, hogy a fókuszban az élhetőség legyen. Az értelmezésünkben a területfejlesztés legfontosabb célja az élhetőség, az emberi életminőség minél magasabb szintre emelése. Minden más csak a célunk elérését segítő eszköz.

A fent megfogalmazott irányelvek mentén elkészítettük Heves megye területfejlesztési koncepciójának célrendszerét.

Heves megye területfejlesztési koncepciójának célrendszere:



6. ábra: Heves megye területfejlesztésének célrendszere

Forrás: Heves megye területfejlesztési koncepciója

A területfejlesztési koncepció célrendszerének megalkotásakor területfejlesztési szempontból három területegységre osztottuk Heves megyét, melyek eltérő fejlesztésstratégiai megközelítést igényelnek.

1. „Gazdasági tengely”: a megye középső, M3-as autópálya menti területeit valamint Eger foglálja magában. Itt koncentrálódik az ipari termelés 90%-a, valamint itt él a lakosság többsége, alapvetően városias térség, jelentős innovációs potenciállal. *Hiányzó gyorsforgalmi úthálózati kapcsolatok kiépítése, vállalkozói aktivitás növekedése, innovációs potenciál fejlesztése. Erősíteni kell a hazai és helyi beszállítói együttműködéseket. Biztosítani kell a meglévő és potenciális telephelyek infrastrukturális fejlesztését, valamint a megfelelő képzett munkaerőt. Az ipari és infrastrukturális fejlesztések mellett kiemelt cél a turisztikai versenyképességük fejlesztésekkel történő megerősítése (Eger, Mátra, termálvizek, bor, gasztronómia). (Dávid et al., 2007)*
2. Észak-Heves: a megye északi része hegyvidéki jellegéből adódóan elzártabb, társadalmilag hátrányos helyzetű térség, jelentősebb számú alacsony lakosság-számú településsel, kiemelkedő természeti, turisztikai és táji adottságokkal.
3. Infrastrukturális fejlesztések, amik a települések elérhetőségi feltételeit valamint a mobilitás lehetőségeit egyaránt biztosítják. *Települési szolgáltatások minőségi és mennyiségi fejlesztése az elérhetőség növelése érdekében, ezáltal erősítve a térség népességmegtartó erejét. Potenciális kitörési pont a természeti adottságok vonzerővé fejlesztése, fogadóképesség elemeinek kiépítése, minőségi szálláshelyfejlesztés (Parád, Bükkszék, Sirok, Szilvásvár). Helyben működő KKV-k támogatása. Közmunkaprogram.*
4. Dél-Heves: a megye déli része szintén hátrányos helyzetű járásokat foglal magában, jobb elérhetőséggel, de a klímaváltozásnak jobban kitett, illetve egykori iparát veszített térség, viszont a Tisza-tó mint komplex fejlesztési terület kitörést jelenthet.
5. *Legfontosabb közlekedésfejlesztési cél az É–D-i és a Jászság felé a megyehatáron átvető utak javítása, kialakítása, ezáltal elősegítve a települések egymás közötti együttműködését és a gazdasági létesítmények betelepülésének lehetőségét. Az agrárium versenyképességének megőrzése, melyhez jó alapot biztosíthat a jó minőségű termőföld, illetve a fiatal pályakezdekők gyors karrierlehetősége (Herdon–Zörög, 2012; Szűcs et al. 2013) A Tisza-tó egységes ökoturisztikai fejlesztése. A hátrányos helyzetű társadalmi rétegek felzárkóztatása, a területi szegregátumok megszüntetése.*

Az átfogó céloknál gazdasági, társadalmi és környezeti célokat fogalmaztunk meg:

6. Komplex, integrált és foglalkoztatásintenzív gazdaság. *Az alacsony foglalkoztatási ráta emelése, magas hozzáadott értékű munkahelyek létesítése, piacképes tudással rendelkező munkaerő biztosítása, gazdasági infrastruktúra kiépítése, fejlesztése.*

7. Produktív, képzett, a környezetével harmóniában élni képes társadalom. *A negatív népesedési folyamatok mérséklése, a családok megerősítése, a gyermekvállalás feltételeinek javítása, a társadalmi egyenlőtlenségek csökkentése, a népesség szellemi, erkölcsi, tudásban, készségekben és értékekben való gyarapodásának elősegítése.*
8. Magasszínvonalú és egymással összhangban lévő épített és természeti környezet. *Heves megye kiemelkedő természeti, kulturális értékeinek és épített örökségének megóvása a jövő generációi számára. Az energiahatékonyság növelése, hatékony hulladékgazdálkodás. Természettel összhangban élő, klímatudatos nevelés.*

Heves megye területfejlesztési eszközrendszere – Településfejlesztési Operatív Program

A megfogalmazott célrendszerekre alapozva a megyei önkormányzat minden térségi szereplőt bevonva elkészítette a TOP forráskeretéhez igazodó, racionális forrásfelhasználást és a multiplikátorok érvényesülését lehetővé tevő integrált területi programját.

A TOP által biztosított forrásokra két területi szinten lehet tervezni: megyei és megyei jogú városi (MJV) szinten, a program által meghatározott indikatív forráskerettel.

A TOP prioritástengelyei által biztosított források hatékony, a megfogalmazott célokat elősegítő felhasználásával fontos lépést tehetünk a harmonikusan fejlődő, élhető Heves megye kialakításában.

A TOP prioritásai és intézkedései	Forrásallokáció (Mrd Ft)
1. prioritástengely: Térségi gazdasági környezet fejlesztése a foglalkoztatás elősegítésére	18,263
1.1. – Helyi gazdasági infrastruktúra fejlesztése	7,563
1.2. – Társadalmi és környezeti szempontból fenntartható turizmusfejlesztés	4,170
1.3. – A gazdaságfejlesztés és a munkaerő-mobilitás ösztönzését szolgáló közlekedésfejlesztés	3,074
1.4. – A foglalkoztatás segítése és az életminőség javítása családbarát, munkába állást segítő intézmények, közszolgáltatások fejlesztésével	3,456
2. prioritástengely: Vállalkozásbarát, népességmegtartó településfejlesztés	6,931
2.1. – Gazdaságélénkítő és népességmegtartó településfejlesztés	6,931

A TOP prioritásai és intézkedései	Forrásallokáció (Mrd Ft)
3. prioritástengely: Alacsony szén-dioxid-kibocsátású gazdaságra való áttérés kiemelten a városi területeken	9,438
3.1. – Fenntartható települési közlekedésfejlesztés	4,417
3.2. – Önkormányzatok energiahatékonyságának és a megújuló energiafelhasználás arányának növelése	5,021
4. prioritástengely: A helyi közösségi szolgáltatások fejlesztése és a társadalmi együttműködés erősítése	2,661
4.1. – Az egészségügyi alapellátás infrastrukturális fejlesztése	0,673
4.2. – A szociális alapszolgáltatások infrastruktúrájának bővítése, fejlesztése	0,851
4.3. – Leromlott városi területek rehabilitációja	1,137
5. prioritástengely: Megyei és helyi emberierőforrás-fejlesztések, foglalkoztatásösztönzés és társadalmi együttműködés és foglalkoztatásösztönzés	4,400
5.1. – Foglalkoztatásnövelést célzó megyei és helyi foglalkoztatási együttműködések (paktumok)	3,251
5.2. – A társadalmi együttműködés erősítését szolgáló helyi szintű komplex programok	0,423
5.3. – Helyi közösségi programok megvalósítása	0,726
Összesen:	41,693

1. táblázat: A Területfejlesztési Operatív Program prioritásai és forrásallokációja Heves megyében (MJV nélkül)

Forrás: Heves megye területfejlesztési koncepciója

Összegzés

2020. április 26-ig Heves megyében 361 támogatói döntést hozott az irányító hatóság a TOP-ban. Ez (Egert is beleszámítva) 55,812 milliárd forint megítélt támogatást jelent. Ekkora forrásból épülnek utak, ipari parkok, kerékpárutak, bölcsődék és még sok minden más a megyében. Hozzájárulva a megye versenyképességének megőrzéséhez és az itt élő emberek életminőségének növekedéséhez.

Természetesen még sok feladat van előttünk, de ha megnézzük, hogy honnan indultunk a 2010-es évek elején, és most hol tart a megye, úgy érzem az elért eredmények

némi optimizmusra adhatnak okot. Ha Heves megye jól sáfárkodik a lehetőségeivel, akkor a területfejlesztési koncepcióban felvázolt jövőkép, miszerint Heves megye Magyarország harmonikusan fejlődő élhető megyéjévé válik, nem csak egy vízió marad.

Hivatkozott források

- [1.] Bujdosó Z. – Remenyik B. (2008): A hazai turisták életminőségének a feltérképezése az Észak-Magyarország Régióban. In: Dávid L. (szerk.): *A turizmus szerepe az Észak-Magyarország Régióban I–II.* Gyöngyös, Magyarország: Károly Róbert Főiskola, pp. 40–48., 9 p.
- [2.] Bujdosó Zoltán – Dávid Lóránt – Remenyik, Bulcsú – Tóth, Géza (2011): Connection between tourism and regional development on the Hungarian-Croatian border. *Central European Regional Policy And Human Geography* 1: 2 pp. 27–40., 14 p.
- [3.] Dávid Lóránt – Tóth Géza – Bujdosó Zoltán – Herneczky Andrea (2007): A turizmus és a regionális versenyképesség kapcsolatának mutatói a Mátravidék példáján keresztül. *Észak-Magyarországi Stratégiai Füzetek IV.* évf.: 1. szám pp. 3–20., 18 p.
- [4.] Herdon Miklós – Zörög Zoltán (2012): The perceptions of agricultural graduates on the correlation of their labour market situation and qualification in Hungary. *Journal of Ecoagritourism* 8:2 pp. 326–331. 6p.
- [5.] Heves Megye Területfejlesztési Koncepciója <https://hevesmegye.hu/files/koncepcio/helyzetertekeles.pdf>
- [6.] Szűcs Csaba – Zörög Zoltán – Csomós Tamás (2013): Career Tracking of Agricultural Graduates in Hungary. *Annals of The Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists XV.* pp. 409–415., 7 p.
- [7.] Területfejlesztési Operatív Program <https://www.hevesmegye-tfkft.hu/>

Szerző

Szabó Róbert

Elnökhelyettes

Heves Megyei Közgyűlés, Eger

szaborberthevesmegye@gmail.com



A PONTKIOSZTÁS MÓDSZERE A KÖZBESZERZÉSI ELJÁRÁSOKBAN EGY KONKRÉT PÉLDÁN KERESZTÜL

Szőke Brigitta – Cuprik Vanda

Összefoglalás

Tanulmányunk az értékelési részzempontokra adott súlyszámok hatásainak vizsgálatára épül a közbeszerzésben, amelynek folyamatát egy adott vállalat példáján keresztül mutatjuk be. A tanulmány jelentőségét az adja, hogy a közbeszerzési eljárásokban évente mintegy 3 600 milliárd forint értékű szerződés kötésre kerül sor. Ezekben az eljárásokban a nyertes ajánlattevő – akivel szerződés kötésre kerül sor – kiválasztását döntően befolyásolja az eljárásban alkalmazott értékelési módszer. Ezeket a befolyásoló tényezőket, hatásait mutatjuk be, hogy a cikk és a digitális modellezés alapján útmutatást adjunk a célszerű alkalmazásra. Az értékelésben elsőként a pontkiosztási módszert taglaljuk. A pontkiosztási módszer alapján a beérkezett ajánlatok értékelési részzempontjaihoz pontszámokat kell hozzárendelni, és a pontozási módszer révén kerül meghatározásra az egyes ajánlatok összpontszáma. A legmagasabb összpontszámú érvényes ajánlat a nyertes. A pontkiosztás módszere az egyik alapja a digitális modellnek, ezért ezzel részletesen foglalkozunk a tanulmányunkban. Az alkalmazáskor felmerülő problémákra konkrét esetekkel is rámutatunk, melyekkel a közbeszerzési eljárások előkészítésénél találkozni lehet.

Kulcsszavak: közbeszerzés, súlyszám, digitális modell, pontkiosztás módszer

JEL: G0, G3

Abstract

Our study is based on an examination of the effects of weighting on valuation sub-criteria in public procurement, the process of which is illustrated through the example of a particular company. The significance of the study is the fact that in public procurement contracts about HUF 3,600 billion are awarded annually. In these procedures, the selection of the successful tenderer with whom the contract will be awarded is decisively influenced by the evaluation method used in the procedure. These influencing factors and their effects are presented to guide the application based on the article and digital modeling. The first point in the evaluation is the point allocation method. The scoring method shall assign points to the evaluation criteria of the offers received, and the scoring method shall determine the total score of each offer. The highest total valid bid is the winner. The point assignment method is one of the foundations of the digital model, so we will deal with it in detail in this study. The application problems are also highlighted in specific cases that may be encountered in the preparation of public procurement procedures.

Keywords: *public procurement, weight, digital model, point allocation method*

JEL: G0, G3

Bevezetés

„Gazdaságelméleti szempontból a közbeszerzés a piaci szerkezetek egy különleges formáját jelenti” (Török et al, 2007). A tanulmányunk célja az ajánlatkérők által alkalmazható, a Közbeszerzési Hatóság által támogatott értékelési módszereket átfogóan ismertetni. „A gazdaságtan legfontosabb feladata a közbeszerzési piac azonosítása, elemzése, melynek során választ kaphatunk arra a kérdésre, milyen területen van változtatási lehetőségünk, figyelemmel a szabályozási környezetre, s a szereplők mit tekintenek problematikus területnek, mit éreznek a rendszer gyengeségének” (Tátrai, 2007). Először is fontos megemlíteni, hogy milyen esetekben jelenik meg Közbeszerzési Törvény szerinti eljárás. Az első hazai, kizárólag és kifejezetten közbeszerzési tárgyú jogforrás a közbeszerzésekről szóló 1995. évi XL. törvény volt (Arató, 2014). „Közbeszerzésnek minősül a közbeszerzési szerződés, valamint az építési vagy szolgáltatási koncesszió e törvény szerinti megkötése. A közbeszerzési szerződés tárgya árubeszerzés, építési beruházás vagy szolgáltatás megrendelése lehet.” (Kbt. 8. § (1) bek.) „A közbeszerzési szerződés az értelmező rendelkezések szerint a Kbt. szerinti ajánlatkérő által, írásban megkötött, árubeszerzésre, szolgáltatás megrendelésre vagy építési beruházásra irányuló visszatérő szerződés” (Kbt. 3. § 24. pont). Tanulmányunk az értékelési részszempontokra adott súlyszámok hatásainak vizsgálatára épül a közbeszerzésben, amelynek folyamatát egy adott vállalat példáján keresztül mutatjuk be. A Stratégiai és Beszerzési Igazgatóság Beszerzési Főosztályához tartozó Beszerzésirányítási Osztály fő feladatai közé tartoznak:

- a beszerzések tervezése, hatékonyságának javítása, ütemezése, szabályozás, elemzés, ellenőrzés, a pénzügyi szempontok érvényre juttatása, valamint a beszerzési szerződések SAP-kezelésére nyilvántartása, felügyelete,
- közreműködés a társasági szintű beszerzési igényfelmérésben, egyes árubeszerzések társasági szintű koordinálásában,
- a beszerzés technikai támogatása,
- piackutatás, árelemzés, indokolt költségek értékelése,
- SAP MM modul felügyelete, szabályozása, szabályzatoknak megfelelő beállítás,
- beszerzési kockázatelemzés,
- a becsült érték meghatározása
- a bírálati szempontokra javaslattétel,
- a közbeszerzési törvény szerinti egybeszámítási vizsgálat elvégzése,
- beszerzési szerződések (partneradatok, a szerződés hatálya, tárgya, tételenként mennyiség és egységár, éven túli kötelezettségvállalás, döntési határozatok stb.) nyilvántartása, SAP MM modulban rögzítése, engedélyezése,
- a beszerzési tevékenység elemzése, éves beszámolók készítése.

A Közbeszerzésekről szóló 2015. évi CXLI. törvény rendelkezései szerint a közpénzből finanszírozott szervezetek (minisztériumok, országos, helyi és nemzetiségi önkormányzatok, közalapítványok, területfejlesztési önkormányzati társulások, térségi fejlesztési tanácsok, egészségügyi és oktatási intézmények stb.) a működésükhöz szükséges árukat, szolgáltatásokat közbeszerzési eljárásban, mint ún. ajánlatkérők kell, hogy beszerezzék. Ugyancsak, az ajánlatkérők által megvalósítani kívánt építési beruházások kivitelezésére is közbeszerzési eljárásban köthetnek csak szerződést.

A jogszabály célja, hogy – valamennyi adófizető állampolgár érdekében – biztosítsa a közpénzek felhasználásának észszerűségét: a törvény 1.§. (4) kimondja, hogy „Az ajánlatkérőnek a közpénzek felhasználásakor a hatékony és felelős gazdálkodás elvét szem előtt tartva kell eljárnia”. Ennek érdekében a konkrét rendelkezéseken túl általános alapelveket is megfogalmaz: a verseny tisztasága, átláthatósága, nyilvánossága, az esélyegyenlőség és egyenlő bánásmód, valamint a jóhiszeműség és a tisztesség elvét kötelesek követni a közbeszerzési eljárásban az ajánlatkérők és az ajánlattevők (együtt: gazdasági szereplők).

A tanulmány jelentőségét az adja, hogy a közbeszerzési eljárásokban évente mintegy 3 600 milliárd forint értékű szerződéskötésre kerül sor. (A Közbeszerzési Hatóság 2017. évi országgyűlési beszámolója, 2019) Ezekben az eljárásokban a nyertes ajánlattevő – akivel szerződéskötésre kerül sor – kiválasztását döntően befolyásolja az eljárásban alkalmazott értékelési módszer. Ezeket a befolyásoló tényezőket, hatásait mutatjuk be, hogy a cikk és a digitális modellezés alapján útmutatást adjunk a célszerű alkalmazásra. Az alkalmazáskor felmerülő problémákra konkrét esetekkel is rámutatunk, melyekkel a közbeszerzési eljárások előkészítésénél találkozni lehet.

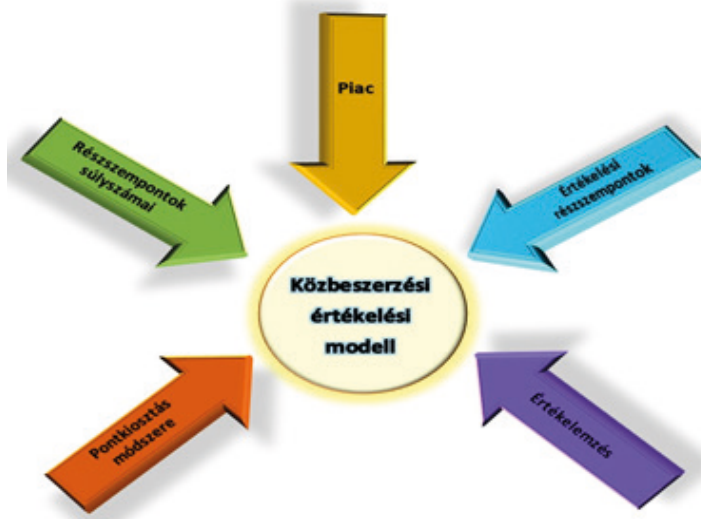
Az értékelési modell általános bemutatása

Ez a fejezet az értékelési modell bemutatására szolgál. A modell jelentősége, hogy segítséget nyújt az alkalmazandó eljárásrend helyes meghatározásához. Az ajánlatkérő kötelezettsége, hogy gondos s dokumentált előkalkulációval meghatározza a várható ellenszolgáltatás értékét (a Kbt. ezt becsült értéknek nevezi, de a becslés nem alkalmazható), és a részekre bontás tilalmát is figyelembe véve ez alapján alkalmazza a nemzeti vagy uniós eljárásrendet, illetve a közbeszerzési értékhatár alatti igény esetén versenyeztetés is jogszerű. Típushiba, hogy a becsült érték meghatározása során nem veszik figyelembe a minőségi értékelési szempontok által potenciálisan generált, „minőségi felárnak” nevezett árnövekményt, és az eljárás lefolytatása után a nyertes ajánlattevővel nem lehet jogszerűen szerződést kötni. Egy példával: az alkalmassági követelményeket kielégítő ajánlat szokásos piaci ellenértéke az előkalkuláció szerint

46 millió Ft, de a minőségi követelményeket mindenben kielégítő nyertes ajánlattevő 57 millió Ft-os ajánlattal nyer – a szerződés megkötése a közbeszerzési törvény megkerülését jelentené.

A következő ábrán (1. sz. ábra) bemutatjuk az értékelési modellre ható főbb tényezőket. Az egyes tényezők szerepe az alábbi:

- **a piac:** az adott beszerzési igényre a piackutatás alapján várható érdeklődő gazdasági szereplők számát jelzi. Köszükségleti termékek (pl. irodaszer, tisztítószer) esetén több tucat ajánlattevő is képes érvényes ajánlatot tenni, és élénk verseny kialakulására számíthat az ajánlatkérő, míg pl. speciális szolgáltatások (sínhegesztés) beszerzése során 1-2 ajánlattevőre lehet számítani (mivel a közbeszerzési eljárások nyelve a magyar). Az értékelési modell kialakításánál a várhatóan kialakuló versenyhelyzetre is tekintettel kell lenni, lásd pl. részszempontok súlyszámánál írottak. Az a tény, hogy hatékony beszerzés csak a piac ismeretében valósítható meg, nem képezi a tanulmány tárgyát. A Kbt. 28 § (2) bekezdése az ajánlatkérő kötelezettségeként előírja a piackutatást (vagy azzal egyenértékű tevékenységet).



1. ábra Az értékelési modellre ható tényezők

Forrás: saját szerkesztés

- az értékelési részszempontok: A Kbt. háromféle értékelési módszert tesz lehetővé:
 - » a **legalacsonyabb ár:** abban a kivételes esetben, amikor a meghatározott műszaki és minőségi követelmények mellett a gazdaságilag legelőnyö-

sebb ajánlat kiválasztását további minőségi szempontok nem segítik elő. Tehát ez egy kivételes eset, pl. motorbenzin, földgáz, Microsoft-szoftverek beszerzésénél lehet használni.

- » a **legalacsonyabb költség**: az ajánlatkérő által előre meghatározott költségszámítási módszerrel (például pénzügy és üzleti tervezés tantárgyaknál tanult beruházások gazdaságossági számításai) meghatározott érték. Ezt a módszert pl. járművek és gépek beszerzése esetén célszerű alkalmazni, ahol a beszerzési ár és az üzemeltetési költség egyaránt lényeges szerepet játszik.
- » a **legjobb ár-érték arány**: az értékelési szempontok között az ár mellett megjelennek szociális, környezetvédelmi és minőségi szempontok is. A szempontok kiválasztása az ajánlatkérő feladata. Igen széles körű részszempontok alkalmazhatóak, mint pl. minőségi mutatószámok, a termék műszaki értéke, az épület esztétikai és funkcionális tulajdonságai, hátrányos helyzetű munkavállalók alkalmazása, egyéb szociális, környezetvédelmi és innovatív tulajdonságok, kedvező kereskedelmi feltételek, vevőszolgálat és műszaki segítségnyújtás és pótalkatrészek biztosítása, készletbiztonság, a teljesítés időpontja, időszaka.

Érdekességként közöljük, hogy az ajánlattevő lefolytathat közbeszerzési eljárást úgy is, hogy rögzíti az árat, és az ajánlattevők a minőségi szempontokban versenyeznek egymással (azaz: adott áron ki tud jobb minőségű terméket szállítani). A cikkben bemutatott modell ezen ritka közbeszerzés esetén is alkalmazható.

Az ajánlatkérő az eljárások 90 százalékát meghaladó mértékben a legjobb ár-érték arány módszert alkalmazza. A továbbiakban az ár mellett szereplő egyéb szempontokat a cikkünkben minőségi szempontoknak nevezem (még ha környezetvédelmi vagy szociális tartalmuk van is). A minőségi szempontok meghatározása olyan kell legyen, hogy azok a szerződés teljesítésével közvetlen összefüggésben legyenek, és a teljesítés során ellenőrizhetők legyenek. Sok ajánlatkérő áttételes minőségi szempontokat alkalmaz (saját laboratórium, szakember hiányában) pl. a minőséget kifejezi a minél hosszabb jótállási idő. Fontos megjegyezni, hogy az alkalmassági körben vizsgált tulajdonságot nem lehet minőségi szempontként értékelni. A példa mutatja a helyes alkalmazást: Az ajánlatkérő elvárása minimum 12 hónap jótállás. Az ezt meghaladó többletjótállás minőségi értékelési szempont. A 48 hónapnál hosszabb jótállás úgy kerül értékelésre mintha 48 hónapot ajánlott volna meg. A 9 hónapos jótállás érvénytelen ajánlat, a 24 hónapos jótállás esetén a $24 - 12 = 12$ hónap többletjótállás kerül értékelésre.

A legalacsonyabb ár esetén nincs szükség digitális modellre: a legolcsóbb nyer. A másik két módszer esetén a modell egyaránt használható.

- **az érték-elemzés:** az egyes elvárt minőségi tulajdonságoknak az alkalmassági követelményeket meghaladó és értékelés alá kerülő részéhez közös dimenziójú számszerűsíthető értéket kell rendelni. A közös mérőszám szinte minden esetben a pénz, azaz a forint. Az értékelemzés célja, hogy egy-egy tulajdonság pénzben kifejezett értékét meghatározza – a legjobb ár-érték arány módszer-nél mintaként felsorolt minőségi szempontok már előrevetítik, hogy egyes esetekben ez igen nehéz feladat, teljes objektivitással nem is mindig megoldható (esztétikai, externáliás követelmények).

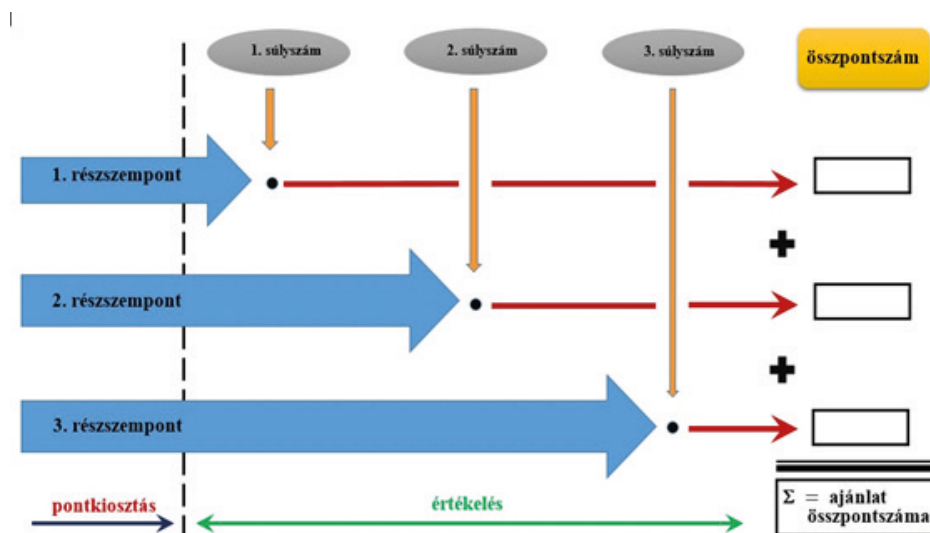
Ezt az elemzést nemcsak beszerzésben, hanem pl. gyártmányfejlesztésben is elterjedten alkalmazzák. Egyszerűen fogalmazott példa: érdemes-e 10 ezer forinttal magasabb gyártási költséggel mosógépet gyártani három centrifugálási fordulatszámmal az egy fordulat helyett?

Hazánkban nem, de számos országban bizonyos értékhatár felett (USA: 2 millió dollár) közbeszerzési eljárásban az értékelemzés alkalmazása kötelező.

Az értékelemzésre a digitális modellnél azért van szükség, hogy az értékelés alá eső minőségi szempontok összehasonlíthatók legyenek. A beszerzésnél az alkalmazását a korábbi hasonló beszerzések üzemeltetési tapasztalati segítik elő (például üzleti tervezés tantárgyból tanult egyszerű – létesítéskori – és folyó – üzemeltetési – költségek figyelembevételével), amennyiben vannak. Eddig ismeretlen új termék beszerzésénél komoly gondot jelenthet – a kellő óvatosság segíthet a közpénzfelhasználás alapelveinek érvényesítésében.

- **a pontkiosztás módszer:** a beérkezett ajánlatok értékelési részszerzőpontjaihoz pontszámokat kell hozzárendelni, és a pontozási módszer révén kerül meghatározásra az egyes ajánlatok összpontszáma. A legmagasabb összpontszámú érvényes ajánlat a nyertes. A pontkiosztás módszere az egyik alapja a digitális modellnek, ezért ezzel részletesen foglalkozunk a tanulmányunkban.
- **a részszerzőpontok súlyszámai:** a közbeszerzési törvény előírja, hogy minden értékelési (rész)szerzőponthoz szorzószámot kell rendelni (Kivéve a „legalacsonyabb ár” módszer, mert egyetlen szempont esetén nincs értelme súlyozni), amely az értékelési szempont tényleges jelentőségével arányban áll. Az egyes részszerzőpontokra adott pontszámnak és a szorzószámoknak a szorzatösszege adja az ajánlatok összpontszámát. Azaz ezek a szorzószámok (Kbt. 76. § (9)) az értékelési részszerzőpontokra (ár vagy árak és a minőségi szempontok) adott pontszámok súlyozását jelentik: a nagyobb szorzószámú részszerzőpont jelentősebben növeli az összpontszámot. Ez az oka, hogy a szorzószámokat még a közbeszerzési dokumentumminták is súlyszámnak nevezik.

A digitális modell alkalmazásának egyik célja, hogy a súlyszámok hatását a nyertes ajánlat kiválasztására közérthetően bemutassa, ezáltal elkerülhető legyen irreális értékelési módszer alkalmazása. A jogszabály nem tér ki arra, hogy mit kell érteni egy-egy értékelési szempont „tényleges jelentőségén”, és ezt hogy lehet meghatározni – az ajánlatkérő magára van hagyva, és az egyenes arányok szerinti gondolkodás igen félrevezető. Az értékelés folyamatát a 2. sz. ábra mutatja be, három értékelési részszempont esetére. A közbeszerzésben a bírálat lényegesen tágabb fogalom, mint az értékelés. A bírálati cselekmények közé tartozik pl. a hiánypótlás, az ajánlatokban számítási hibák javítása, az alkalmassági feltételek vizsgálata, a kizáró okok fenn nem állásáról történő megbizonyosodás és az értékelés is.



2. ábra Az értékelés folyamata

Forrás: saját szerkesztés

Eredmények

A pontkiosztás módszerével kapcsolatban a törvény kevés rendelkezést tartalmaz: minden értékelési szemponthoz meg kell határozni az értékelés során adható pontszám alsó és felső határát (ponthatárok), amely minden értékelési szempont esetében azonos kell, hogy legyen. A közbeszerzési eljárást megindító felhívásban továbbá meg kell adni azt a módszert, amellyel a pontozás történni fog. Ebben a részben felhasználtuk a Közbeszerzési Hatóság által kiadott útmutatót is, mely nem rendelkezéseket tartalmaz, hanem módszereket mutat be (Közbeszerzési Hatóság 2016/147.sz. útmutatója, 2016).

Számos közbeszerzési eljárást megindító hirdetmény tanulmányozása alapján ki mondható, hogy tipikus:

- a pontszámtartomány 0–10 vagy 1–10 értékkel történő meghatározása (azaz $P_{\min} = 0$ vagy 1, $P_{\max} = 10$).
- a súlyszámok olyan meghatározása, hogy azok összege 100 vagy 1000.

A pontszámtartományban egy közbeszerzési eljáráson belül minden részzempontra azonosnak kell lennie – az egyes szempontok fontosságát a súlyszámokkal veheti figyelembe az ajánlatkérő. Ez az azonosság nagyban leegyszerűsíti az értékelési modell megalkotását.

A tízig terjedő pontszámtartomány elég érzékeny ahhoz, hogy az értékelt ajánlati részzempontok között megfelelő megkülönböztetést tegyen, mivel tizedestörtértékek is adhatók (de pontosan meg kell határozni, hogy hány tizedesre történik a kerekítés és az értékelési folyamat – lásd 3. sz. ábra – melyik számítási lépésénél). A $P_{\min} = 1$ alkalmazásának nincs szakmai oka, arra vezethető vissza, hogy egy közbeszerzési eljárásban legalább négyféle szakértelemmel bíró tag kötelezően részt vesz (közbeszerzési, jogi, az eljárás tárgya szerinti szakmai és pénzügyi-gazdasági szakértők), és a nulla elkerülésével a „nullával nem lehet osztani” félelem a számításokban kevésbé járatosokban sem merül fel. A Közbeszerzési Döntőbizottság határozataiban nem kifogásolja a $P_{\min} = 1$ alkalmazását, a jogalkalmazást elősegítő szakirodalom is hangsúlyozza, hogy a Kbt. nem írja elő kötelező erővel a kiosztható pontszámok minimumát és maximumát (Közbeszerzési Szemle 2018). Az uniós támogatásból megvalósuló közbeszerzéseknél azonban a Miniszterelnökség Közbeszerzés-felügyeleti Főosztálya az uniós ellenőrzések tapasztalatai alapján kiadott útmutatója felhívja a figyelmet, hogy az alkalmassági feltételt (de csak azt) teljesítő ajánlatra $P_{\min} = 1$ pont kiosztás az értékelés során az Unió álláspontja szerint sérti a Kbt.-nek azon elvét, hogy alkalmassági feltételt nem lehet értékelni (Széchenyi 2020 – Útmutató a Kbt. 77. § (1), 2017).

Egy egyszerű példával: az ajánlatkérő minimum 12 hónap jóállást vár el (= alkalmassági követelmény), és értékeli a többletjótállást. Ha $P_{\min} = 1$ pont, akkor a pontkiosztás során a 12 hónap jóállást tartalmazó ajánlat 1 pontot kap – az uniós ellenőrök szerint értékelés történt, ami nem jogszerű. Az ajánlatkérők úgy próbálják megkerülni a gondot, hogy a pontkiosztásnál „többletjótállás 0 hónap esetén 1 pont”, de nyilván ez csak elkendőzése a jelenségnek.

A digitális modellhez közvetlenül nem kapcsolódnak az értékeléssel szemben támasztott követelmények, de az ismertetett értékelési részzempontok kiválasztásához igen, ezért felsorolásjelleggel rövid összefoglalást adok. Az értékelési részzempontoknak:

- a beszerzés tárgyához közvetlenül kapcsolódóknak kell lenniük,
- mennyiségi és/vagy szakmai szempontok alapján objektíven értékelhetők kell, hogy legyenek,
- biztosítaniuk kell a közbeszerzési alapelvek betartását,

- nem terjedhetnek ki az alkalmasság értékelésére,
- nem eredményezhetik ugyanannak az ajánlati elemnek többszöri értékelését.

A súlyszámokkal kapcsolatos követelmény, hogy a szerződés teljesítése során az értékelési részszerpont tényleges jelentőségével arányban állónak kell lennie.

Abszolút értékelési módszerek

Azok az abszolút értékelési módszerek, ahol az egyes ajánlatok pontszáma független a többi ajánlat pontszámától. A szokásos abszolút módszerek:

- a. **pontozás:** adott pontkiosztási skála szerint a szakmai szempontok alapján kerül a pontszám tartományba eső pontszám az egyes részszerpontokhoz hozzárendelésre. Természetesen minden részszerponthoz készíthető más és más skála. E pontkiosztási módszer **előnye**, hogy egyszerű, gyorsan átlátható az ajánlattevők számára is, ösztönző a jobb minőség megajánlására. Ugyanakkor **hátrányként** említik, hogy az adott szempont szélső értékeinek ad prioritást, a szélső értékekről feltételezi, hogy azok a lehetséges legelőnyösebbek, illetve legelőnytelenebbek (ezzel fékezi az innovációt), még a skálameghatározás megfelelése esetén is előfordulhat, hogy a legkedvezőbb ajánlatra a skála középértéke körüli mérőszám a jellemző (a hatékonyságot növeli pl. az egy kórteremben elhelyezhető fekvőbetegek száma, de ez nyilván nem vezet a gyógyítás szempontjából összességében legkedvezőbb ajánlathoz). A pontozásra mutat példát a 1. sz. táblázat. A megajánlott többletjótállási idő a következők szerint kerül pontozásra.

Megajánlott többletjótállási idő (hónap)	Pontszám	Megajánlott többletjótállási idő (hónap)	Pontszám
12	1	22	6
13	1,5	23	6,5
14	2	24	7
15	2,5	25	7,5
16	3	26	8
17	3,5	27	8,5
18	4	28	9
19	4,5	29	9,5
20	5	30	10
21	5,5		

1. táblázat Megajánlott többletjótállási idő pontozása

Forrás: saját szerkesztés

- b. hasznossági függvény:** Ez a módszer olyan, hogy az adott értékelési részszempont tartalmi eleméhez függvények formájában kerül a pontszám hozzárendeléshez, ennek előnye, hogy az ajánlatkérő értékelési preferenciáit kellőképpen tudja érvényesíteni. Hátránya, hogy nem áttekinthető, döntéshozatali és szakmai szempontból igen körültekintő előkészítést igényel (az eljárást megindító felhívás közzétételét követően az értékelési szempontrendszer nem változtatható meg, de az ajánlatkérő részéről a szerződéskötési kötelezettség beáll – egy elhibázott közbeszerzési eljárásban elállni a szerződéskötéstől igen korlátozott körülmények között lehetséges csak).
- c. egyéb abszolút módszer,** amennyiben az ajánlatkérő bizonyítani tudja, hogy megfelel a Kbt. rendelkezéseinek, alkalmazása nem indokolatlan, biztosított, hogy adott részszemponthoz tartozó értékelési intervallumban az ajánlatkérő számára kedvezőbb ajánlat azzal arányosan magasabb pontszámot ér el, valamint a pontozás során nem változik meg az egyes részszempontok súlysúlyokkal kifejezett jelentősége. A hasznossági függvény vagy „egyéb abszolút” módszer alkalmazása igen ritka, ezért arra cikkünkben a továbbiakban nem térünk ki.

Relatív értékelési módszerek

A relatív módszerek fő ismérve – amint az az elnevezésben is szerepel – hogy az egyes ajánlatok részszempontjaira adott pontszám függ más ajánlatok ugyanezen részszempontjaira tett megajánlásoktól.

A relativitásból következnek ezen módszerek közös előnyei és hátrányai:

Előnyök:

- az értékelési módszer következetes és ösztönözi a versenyt,
- számítása egyszerű, egyértelműen kifejezi az ajánlatok közötti sorrendi különbséget,
- torzításmentes, mivel csak a beérkezett és érvényes ajánlatokat veszi figyelembe.

Hátrányok:

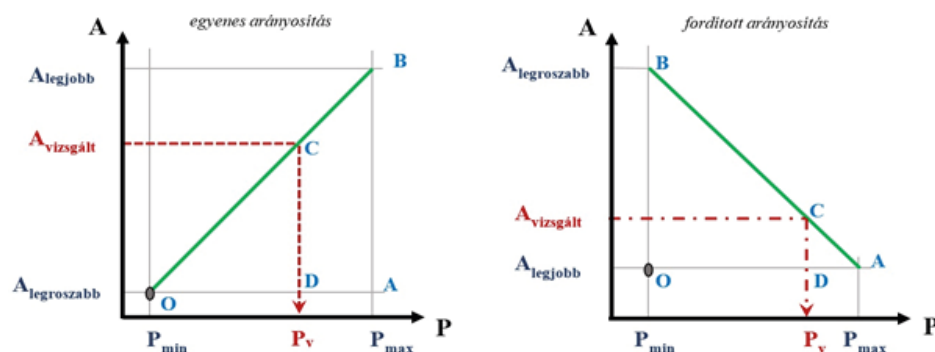
- csak megfelelően átgondolt értékelési módszer esetén teljesülnek az ajánlatkérő elvárásai,
- előfordulhat, hogy olyan ajánlat kapja a legmagasabb pontszámot, amely az ajánlatkérő szempontjából összességében nem a legelőnyösebb
- az ajánlattevők számára az ajánlatkérő elvárásainak preferenciái csak a súlysúlyszámok alapján ítéltethők meg.

A tanulmányunk célja a három hátrány kiküszöbölésének elősegítése, a beszerzés tárgyát ismerő szakembereknek támogatás nyújtása – mivel az eljárások döntő több-

ségében az ismertetett előnyök miatt relatív értékelési módszer kerül alkalmazásra. A modell alkalmas arra, hogy vegyes, azaz egyes részszerpontok esetén abszolút, míg másoknál relatív pontkiosztás esetén is információt adjon a „minőség” feláráról.

A szokásosan alkalmazott relatív értékelési módszerek az arányosítás és a sorba-rendezés.

- a. **arányosítás** során az adott részszerpont tekintetében legelőnyösebb ajánlat kapja a lehetséges maximális P_{\max} pontszámot, a leggyengébb ajánlat kapja a P_{\min} -t, és a többi ajánlat a pontszámtartományon belül arányosan kapnak pontot. A módszer a matematikában a lineáris interpoláció néven ismert, az összefüggéseket a 3. sz. ábra mutatja meg egyenes és fordított arányosításra egyaránt.



3. ábra Az arányosítás összefüggései

Forrás: saját szerkesztés

Az ábrán a vízszintes tengelyen a pontszámok (a tartomány és a vizsgált ajánlatra adandó pontszám), a függőleges tengelyen az ajánlati elem mérőszáma szerepel (pl. ár, szén-dioxid-kibocsajtás fajlagos értéke, zajsztint).

A jelölések:

P_{\min} , P_{\max} , P_v → a pontszámtartomány és a vizsgált ajánlatra meghatározott pontszám,
 A_{legjobb} , $A_{\text{legrossabb}}$, $A_{\text{vizsgált}}$ → az ajánlatok ezen részszerpontjának értéke, a vizsgált ajánlat az, melyre a módszer segítségével a pontszámot meghatározzák (itt grafikusan megjelenítve).

Az **egyenes arányosítást** akkor alkalmazzák, amikor az ajánlati részszerpont tartalmi elemének minél nagyobb értéke az ajánlatkérői prioritás (pl. a 3. sz. ábrán is szereplő többletjótállási idő). A **fordított arányosítás** akkor alkalmazandó, amikor a részszerpont tartalmi elemének legalacsonyabb értéke az ajánlatkérő célja: ár, szállítási határidő stb.

Az ábrából is látható a módszer relatív volta: három ajánlat tartami eleme szerepel: a legjobb, a legrosszabb és a vizsgált. Azaz a vizsgált ajánlatra ezzel a módszerrel meghatározott pontszám függ a legjobb és legrosszabb ajánlattól is!

Az arányosítás lényeges tulajdonságai:

- az eljárásokban leggyakrabban alkalmazott értékelési módszer, ezért az értékelési modelleket is ezzel a pontkiosztási módszerrel készítik el a vállalatnál,
- két ajánlat esetén indokolatlanul felnagyítja az ajánlatok közötti különbséget (mert 10 millió Ft és 2 millió Ft esetén 10 és 1 pont, de 10 millió Ft és 9,9 millió Ft esetén szintén 10–1 pontot határoz meg),
- egy ajánlat, vagy két azonos ajánlat esetén nem alkalmazható, ezért erre az esetre az ajánlatkérőnek rendelkeznie kell. Pl.: Abban az esetben, ha a képlet nevezője nulla, minden érvényes ajánlat 5 pontot kap.

Természetesen a pontkiosztást minden érvényes ajánlat minden részszerzőjére külön-külön el kell végezni. Az ábrából látszik, hogy a legkedvezőbb, illetve legkedvezőtlenebb ajánlatok esetén milyen pont adandó (P_{\max} , P_{\min}).

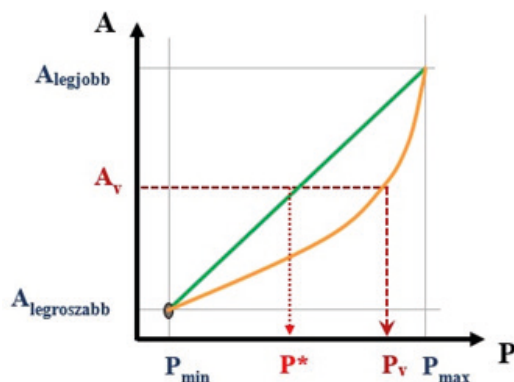
Az ajánlatok tényleges értékelése természetesen nem grafikusan történik. Az ABO és COD háromszögek hasonlóságából kapják az **egyenes arányosítás** pontkiosztó képletét:

$$P_v = (A_{\text{vizsgált}} - A_{\text{legrosszabb}}) / (A_{\text{legjobb}} - A_{\text{legrosszabb}}) \times (P_{\max} - P_{\min}) + P_{\min} \quad \{ 1 \}$$

Az ABO és ACD háromszögek alapján a **fordított arányosításra** kapják:

$$P_v = (A_{\text{legrosszabb}} - A_{\text{vizsgált}}) / (A_{\text{legrosszabb}} - A_{\text{legjobb}}) \times (P_{\max} - P_{\min}) + P_{\min} \quad \{ 2 \}$$

Elterjedt az a gyakorlat, hogy az egyszerűsítés céljából pl. fordított arányosításnál a $P_v = A_{\text{legjobb}} / A_{\text{vizsgált}} \times (P_{\max} - P_{\min}) + P_{\min}$ képletet alkalmazzák. Ez nem felel meg teljes egészében az előírásoknak, mert sosem kerül a legkisebb pontszám kiosztásra (mivel a tört számlálója nem nulla). Ár, szállítási határidő, emisszió esetén nem lehet nullás érvényes ajánlatot tenni. A többletjótállás értékelése pedig nyilván egyenes arányosítással kell történnjen. Az ajánlattevők nem indítanak jogorvoslatot, mivel érdekeik nem sérülnek, a verseny érvényesül, így ezek az egyszerű megoldások nem kerülnek napvilágra. Esetleges jogorvoslat során a Közbeszerzési Döntőbizottság csak a jogorvoslatot kezdeményező által megnevezett jogsértéseket vizsgálja, s bár lenne lehetőség hivatalból kiterjeszteni a vizsgálat terjedelmét, erre tudomásunk szerint nem került sor ezekben az esetekben.

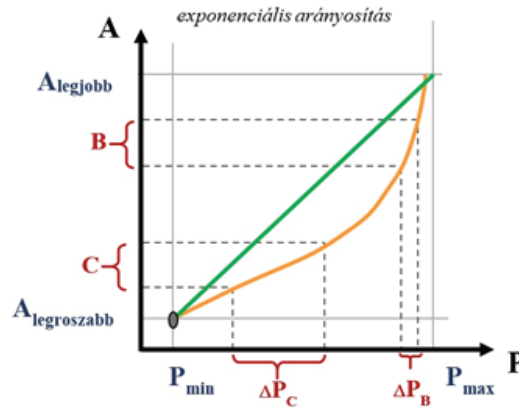


4. ábra Exponenciális arányosítás

Forrás: saját szerkesztés

A fentebbi, 4. sz. ábra mutatja be azt a lehetőséget, ha az arányosítás nem lineáris, hanem pl. exponenciális. A narancsszínű függvénnyel történik az A_v vizsgálat ajánlati elemhez a P_v pontszám hozzárendelése, ami láthatóan a lineáris zöld P^* -nál nagyobb. A nemlineáris pontkiosztási módszer akkor célszerű, ha az ajánlatkérő számára az ajánlatok különbözősége – az adott részszerpontban – nem egyenesen arányos azok kedvezőségével. A módszer előnye, hogy az igényeket a pontszámok jobban tükrözik. Ugyanakkor hátrány, hogy erős matematikai felkészültséget igényel, nagyobb a hibalehetősége, és főleg: az előnyök ilyen módon történő megkülönböztetése nagyon alapos szakmai (vagy pénzügyi) felkészültséget igényel.

A megkülönböztetés az ábrából leolvasható – ez a grafikus ábrázolás fő előnye: a legrosszabbtól növekvő jobb ajánlatok hirtelen jelentős pontszámokat kapnak, de közeledve A_{legjobb} -hoz már a pontnövekedés dinamikája jelentősen csökken. Ezt a hatást a 6. sz. ábra szemlélteti. Azaz két egymástól azonos mértékben (pl. 50 km-rel nagyobb hatótávolság) különböző ajánlat pontszámkülönbsége magas, ha ezek a legrosszabbhoz közelik (lásd C ajánlatpárhoz tartozó ΔP_C), és alacsony, ha e két ajánlat a legjobb közelében van, amint ezt ΔP_B mutatja a vízszintes tengelyen. A pontszámeltérések az exponenciális függvény pontos ismeretében és a két ajánlatpár (valamint a legjobb és legrosszabb ajánlatok) birtokában számítható – azaz egy hatváltozós függvény független változói a ΔP_B és ΔP_C értékek.



5. ábra Exponenciális arányosítás

Forrás: saját szerkesztés

b. sorbarendezés a másik ismert relatív módszer

A módszer lényegét az elnevezés adja: az egyes ajánlatok azonos részszerpontra adott tartalmi elemeit sorba rendezzük, a legkedvezőbb az első helyezett, a második legkedvezőbb a második, és így tovább. A sorrendben elfoglalt helyezés pontszámmá alakításánál be kell tartani a pontszámtartomány határait. Ez történhet akár az $\{1\}$ számú képletek, ha a kedvezőbb ajánlatok vannak a sorrend elején stb.

A módszer előnyének tartják, hogy az ezzel értékelt részszerpont esetén egyértelműen mutatja az egyes ajánlatok egymáshoz viszonyított helyezését (ami nem keverendő össze az értékelési módszer teljes alkalmazása után az összpontszám alapján kialakuló helyezéssel). Ezzel a megfogalmazással nem értünk egyet, hiszen bármely eddig bemutatott pontkiosztási módszer esetén akár a kiosztott pontszám, akár a részszerpont tartalmi elemei (pl. $A_{\text{vizsgált}}$) alapján a sorrend egyértelmű.

Valós előnye a módszernek, hogy az ajánlatok között (egy-egy részszerpont szerinti) sorrend állítható fel még abban az esetben is, ha az ajánlatoknak nincs számszerűsíthető tartalmi eleme. Általán a gyakorlatban látott ilyen értékelési részszerpontok:

- az épület illeszkedése a tájkörnyezetbe építési beruházásnál,
- a munkavégzők oktatási rendszerének minősége takarítási szolgáltatásoknál,
- valóság-hű környezet kialakítása járművezető szimulátoránál,
- diszpécser szolgálat szervezettsége több telephelyen folyamatosan végzendő szolgáltatásnál,
- erőforrás-gazdálkodási terv kidolgozottsága eseti azonnali hibaelhárítási szolgáltatásnál stb.

Szakmai bírálóbizottságok kellő objektivitással tudnak állás foglalni, hogy pl. melyik tervpályázat kedvezőbb valamely szempontból a másiknál, de ezt számszerűsíteni aligha lehet. Ilyen esetben a sorbarendezés valóban előnyös és jól alkalmazható.

Ugyanakkor a módszer hátránya, hogy nem veszi figyelembe az egyes ajánlatok közötti különbség mértékét: A második helyezett akkor is második, ha csak 1 százalékkal marad el a legjobb ajánlattól, és akkor is második, ha pl. 30 százalékos, jelentős az elmaradása.

A módszerrel kapcsolatban is érvényes, hogy az ajánlatkérőnek az eljárásmegindító felhívásban már meg kell adnia, hogy milyen módon állapítja meg a legjobbnak ítélt ajánlatot, és hogy minősíti a többi ajánlattevőét. Tehát a sorbarendezés alkalmazása esetén is előre rögzíteni kell, hogy milyen tulajdonságok, tartalmi elemek minősülnek előnyösnek, milyen vállalások alapozhatják meg a kedvezőbb helyezést. A gyakorlatban 5–7 tagú szakmai zsűri független és írásban alátámasztott értékelése alapján történik a sorbarendezés (ahol nincs számszerű elem), ezt a Közbeszerzési Hatóság elfogadja (egyéb feltételek fennállása esetén).

Felhívjuk a figyelmet, hogy sorbarendezés esetén a táblázatos pontkiosztás kerüendő: mivel nem lehet tudni, hogy hány ajánlat fog érkezni. Jogszerűtlen az eljárás, ha a pontkiosztó módszer nem képes kezelni valamennyi ajánlatot – ez a 20. helyezettnél már előfordulhat stb.

Következtetések

Hazánkban kevés olyan közbeszerzés-kutatás folyt, mely a közbeszerzést gazdálkodástani irányból közelítette meg (Zsarnay et al. 1999). A közbeszerzési eljárásoknál 2015. november 1. óta általánosan alkalmazandó minőségi értékelési szempontok hatásait vizsgáltuk az erre a célra készített digitális modell segítségével. Az ajánlatkérők által alkalmazható, a Közbeszerzési Hatóság által támogatott értékelési módszereket átfogóan ismertettük, és javaslatokat fogalmaztunk meg alkalmazásukkal kapcsolatban. Konkrét példákon mutattuk be a helyes, illetve célszerűtlen értékelési módszereket. A digitális modell a beszerzési eljárások előkészítésében kell, hogy nagy szerepet kapjon. Megalapozza a közpénzek hatékony felhasználásának feltételeit azaz, hogy az ajánlatkérő igényeinek ténylegesen legjobban megfelelő, gazdaságilag legelőnyösebb ajánlat legyen a nyertes ajánlat az értékelés során.

Összefogva a pontkiosztásos módszerek lényegét: a leírtak alapján minden értékelési részszerzőpont esetén minden ajánlathoz a pontszám tartományon belül egyértelműen hozzárendelhető a pontszám. Elvileg megengedett, hogy a pontszám tartomány negatív számokat is tartalmazzon.

A cikkünk második részében a legelterjedtebb gyakorlatnak megfelelően

- 1–10 pontszám tartományt alkalmazunk, de bemutatjuk $P_{\min} = 0$ hatását is,
- a súlyszámok összegét 100-ként állandóan tartjuk, { a }
- az ajánlati ár értékelése minden esetben az egyszerűsített fordított arányosítással történik (amely a gyakorlatnak és az Útmutatónak is megfelel).

A modell szükségességét indokolja, hogy igen sokféle eset fordul elő a valóságban is, továbbá hogy „egyszerű” logikával a komplex (ár- és minőségi részszerzőpontokat egyaránt tartalmazó) értékelési rendszer nem tekinthető át, vagy félrevezető eredményt ad. Az egyes minőségi értékelési részszerzőpontok súlyszámainak helyes meghatározása nem a modell feladata – az eljárás tárgya szerinti szakmai előkészítés során kell, a modelltől nyert tapasztalatok, a piaci ismeretek és a gazdasági érdekek együttes figyelembevételével a megfelelő súlyszámokat meghatározni.

Irodalomjegyzék:

- [1.] Arató B. (2014): *A közbeszerzési jog jogorvoslati rendszere; speciális közbeszerzési jogviszonyok*. 7. p. forrás: <http://doktori.bibl.u-szeged.hu/2546/1/dr.%20Arat%C3%B3%20Bal%C3%A1zs%20disszert%C3%A1ci%C3%B3.pdf>, letöltés: 2020.04.30
- [2.] *A Közbeszerzési Hatóság 2017 évi országgyűlési beszámolója*, forrás: <http://www.parlament.hu/irom41/00548/00548.pdf>, letöltés 2019. február 20.
- [3.] *A Közbeszerzési Hatóság 2016/147. sz. útmutatója alapján*, 2016. december 21. forrás: <http://www.kozbeszerzes.hu/kozbeszerzes-z/magyar-jogi-hatter/kozbeszerzesi-hatosag-utmutatoi/>
- [4.] *Közbeszerzési 2015. évi CXLI. törvény*. Forrás: <https://www.kozbeszerzes.hu/torveny/kbt-2015/>, letöltés: 2020.04.30
- [5.] *Közbeszerzési 2015. évi CXLI. törvény*. Forrás: <https://www.kozbeszerzes.hu/torveny/kbt-2015/1/2/3/>, letöltés: 2020.04.20.
- [6.] *Széchenyi 2020 – Útmutató a Kbt. 77. § (1) bekezdése szerinti legkedvezőbb szint, illetve legkedvezőtlenebb elvárás meghatározásához*, forrás: <https://www.palyazat.gov.hu/tmutat-a-kbt-77-1-bekezdse-szerinti-legkedvezbb-szint-illetve-legkedveztolebb-elvrs-meghatrozshoz>, letöltés: 2017. 07.25.
- [7.] *Közbeszerzési kisokos*: www.kozbeszerzes.hu; forrás: <https://www.kozbeszerzes.hu/kisokos/beszerzesi-targyak-targyi-hataly/szolgalatas-megrendelese/> letöltés 2020.04.20

- [8.] Szabó A. (2018): *Közbeszerzési Szemle* 2018. évi 6. szám. 20. p. Forrás: <https://www.kozbeszerzes.hu/cikkek/kozbeszerzesi-szemle-2018vi-szam>, letöltés dátuma:2017.07.25
- [9.] Tátrai Tünde (2007): A közbeszerzés, mint sajátos beszerzési tevékenység. *Logisztikai Évkönyv*, 2007. 13. évf. 10. p.
- [10.] Török Á. – Györffy Á. – Hernádi I. (2007): Közbeszerzés, piacműködés és az állami pénzügyi érdekek védelme. *Pénzügyi Szemle*, 2007. (52. évf.) 1. sz. 6. p.
- [11.] Zsarnay J. – Gerenday Zs. – Kaszás É. szerk. (1999): *A közbeszerzési törvény végrehajtásának elemzése alapján javaslat a hazai ipar fejlesztésére, az ipari szállítások növelésére*. Tanulmány. 24.p.

Szerzők

Szőke Brigitta, PhD-hallgató
Szent István Egyetem, Üzleti Tudományok Intézete
Pénzügymenedzsment és Kontroll Tanszék
2103 Gödöllő, Páter Károly utca 1.
szoke.bridget@gmail.com

Cuprik Vanda
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar
Budapest, Diósy Lajos u. 22-24, 1165
cuprik.v@gmail.com

SUSTAINABLE TOURISM IN DALI (PROGRESS, CHALLENGES AND OPPORTUNITIES)

Tianyi, Li – Bujdosó Zoltán

Abstract

This paper will introduce the progress, challenges and opportunities in the development of ecotourism and sustainable tourism of Dali (A tourist destination in the southwest of China) and some strategies of sustainable tourism used by the local government. Dali is mainly located in the state of the west of Yunnan province, southwest of China. Dali boasts impressive natural scenery, has a brilliant and long history and unique national culture. Cangshan Mountain and Erhai Lake fuse together with the Dali Ancient City, odd mountains and clear water combine with the Bai affectionate feelings, it has become a popular tourist destination at home and abroad. In the main body of this paper, the challenges of tourism development including the environmental situation of Erhai lake, Cangshan mountain protected area, historical and religious heritage and the social situation of the local minority group will be analyzed. In response to these situations, the measures and policies issued by the government will be introduced, and use data statistics to analyze the achievement of ecotourism and sustainable strategies. In the last part, we will make a prediction for future tourism development opportunities.

Key word: Sustainable Tourism; Ecotourism; Dali
JEL:Z30

Introduction

Regional Geographical Environment Overview

Dali is mainly located in the state of west of Yunnan province, southwest of China. The city is 398 km from the capital of province Kunming. It covers an area of 1,457 square km and average altitude of 1980 m that is made up of various geothermal features like Karst, as well as mountains, lakes, canyons, and rivers.

Dali has a temperate tropical plateau monsoon climate; it is like spring all year round. Its annual average temperature is about 15°C, Because that it has a unique plateau lake Erhai Lake, forming a special suitable geographical climate environment for local people's living and development. (Dali Yearbook, 2019)

Dali boasts impressive natural scenery, has a brilliant and long history and unique national culture. Cangshan Mountain and Erhai Lake fuse together with the Dali Ancient City, odd mountains and clear water combine with the Bai amorous feelings, it has become a popular tourist destination at home and abroad.

Results

Tourism Resource Overview

Erhai Lake Travel Resources

Erhai Lake stretches 42km from north to south and 3.9km from east to west. The lake covers an area of more than 250 square kilometers and 21.5 meters at the deepest. It is ranked the second in Yunnan province and the seventh freshwater lake in China by the area and water storage. Erhai Lake was formed by the subsidence of geological fault. It is reputed as the pearl on plateau for its beautiful scenery and a number of historic sites.

Cangshan Mountain Protected Area Travel Resources

Cangshan Mountain also called Mt. Diancangshan. Cangshan mountain chain consists of nineteen peaks extend 50km north to south in their column formation like screen. The highest peak is 4122 meters above sea level and there are 7 peaks that over 4000 meters. The peaks, straight and magnificent, are overgrown with primeval forests, and crystal-clear waters serpentine among them. Waterfalls and surging river emit thunderous roars. 'Clouds, Snow, Peaks and Streams' are four spectacular views of the Mountain.

Historical and Religious Heritage

Dali was influence by the culture of Buddhism, there are number of religious and historical culture sightseeing spots, such as Dali ancient city, three pagodas, Chongsheng Monastery, Nanzhao Jianji Big Clock (bell Tower), Yutong Guanyin Hall and so on.

History of Dali can be dated back to 1382 during the Ming Dynasty and it has been listed among the top historic sites of China. Dali Ancient town was affected by the traditional Bai ethnic culture, the traditional Bai ethnic folk houses give the town a distinctive feel. (Tao, Y. & Pongchompu, S., 2018)

Minority Intangible Cultural Heritage

The Bai ethnic minority group has a population of 1,858,063. Eighty percent are living in communities in the Dali Bai Autonomous Prefecture in Yunnan Province. The Bai community is formed around the 7th-8th centuries, at the time of the kingdoms of Nanzhao and Dali. Bai minority has its own language, their language belongs to the Sino-Tibetan family, Tibeto-Burman branch. The Bai religion mixes Taoism and local animism, spirits of ancestors and spirits associated with natural elements.

Tourism Development Review

The beautiful natural scenery, many historical and cultural monuments, rich ancient customs in Dali to become the Yunnan province tourism industry started one of the first regions. Since the 1980s to the late 1990s, Dali's tourism industry has been rapid development, has become a popular tourist destination in Yunnan province city.



Table 1. Total Tourism Revenue from 2009 to 2018

Source: Dali City Statistical Yearbook (DCBS2009-2018)

As shown in Table 1, there is a rapid increase in total tourism revenue over the period from 2009 to 2018. During this nearly decade, the number in 2018 has

increased by 93.4% as compared with that of 2009. The tertiary industry in Dali Prefecture generally accounts for a large proportion of GDP in each year. In particular, as the top priority in the tertiary industry, the tourism industry has shown a steady and rising trend of continuous development every year, and has become one of the economic pillars of Dali Prefecture (Table 2).

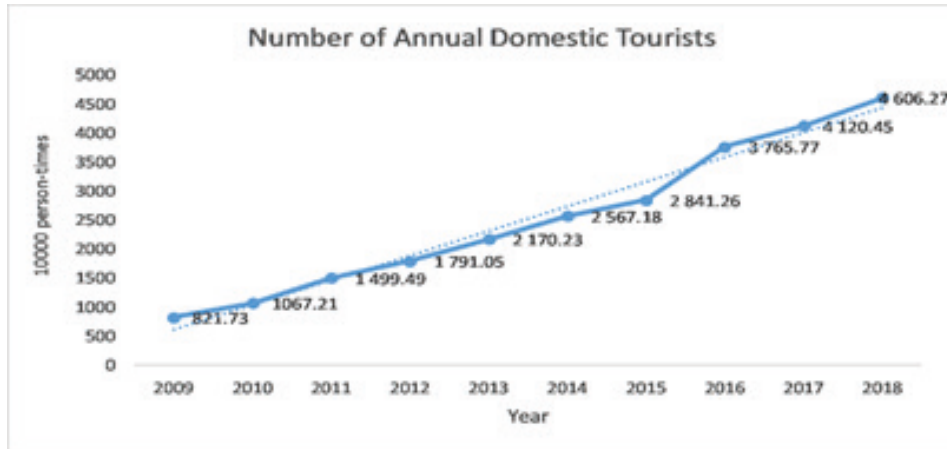


Table 2 Annual Domestic Tourists from 2009 to 2018

Source: Dali City Statistical Yearbook (DCBS2009-2018)

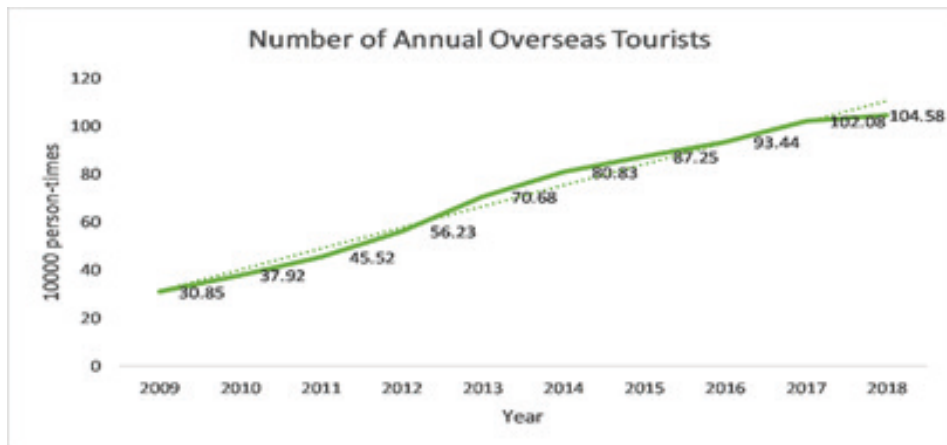


Table 3 Annual Domestic Tourists from 2009 to 2018

Source: Dali City Statistical Yearbook (DCBS2009-2018)

The number of annual domestic tourists and overseas tourists are increased 46% and 23.9% separately in this nearly decade (Table 3).

Challenges in the Development of Ecotourism and Sustainable Tourism

Water Environmental Situation of Erhai Lake

The main pollution source of Erhai lake is the non-point source pollution, secondly, is lake precipitation and endogenous release, industrial sewage and urban sewage are not the main reason. Non-point source pollution mainly comes from agricultural non-point source pollution. Point source pollution mainly includes industrial pollution sources, hotels along the lake, tourist resorts, etc. The main pollutants exceeded the total phosphorus and mercury, especially the pollution of total phosphorus. Generally, the problem is regional economic development and environment are uncoordinated (Peng, J et al., 2018)

Environmental Situation of Cangshan Protected Area

The average elevation of Cangshan Mountain is 2741 m. The maximum drops up to 2700 m, with abundant animal and plant resources. According to statistical results, there are nearly 2700 species of vascular plants in Cangshan ecosystem, Of which more than 250 kinds of ferns. In addition, there is some research indicated that While ecotourism promotes environmental protection, it also affects the stability of the local flora. Human activities may pollute the water source. The pollution of the water source will mainly cause changes in the local flora, and it will also bring some pathogenic bacteria. Increasing the risk of intestinal infectious diseases. Therefore, the protection of biodiversity and forestry resource, keep the stability of bacterial community are the challenges of Cangshan Protected Area. (Bhatta, L.D., 2018)

Environmental Situation of Historical and Culture Heritage

Intangible cultural heritage is the intellectual result of the accumulation of thousands of years for all ethnic groups, and is the common product of spiritual and physical labor of people in all regions. At present, the Dali Bai autonomous prefecture 145 items. Among them, there are 15 nation-level intangible cultural heritage items, 58 provincial-level items and 72 state-level items. They are including folklore, traditional skills, traditional dance, traditional theater, traditional music, traditional art, traditional dramas, traditional medicine and traditional sports.

The challenge and problems in the protection of intangible cultural heritage are the lacks awareness of inheritor its own intellectual property protection and the lack of protection and support from relevant government policies.

Simple Tourism Product Structure

Innovation in tourism products and tourism models is an effective way to attract more tourists. But in recent years, simple tourism product structure with low ability

to satisfy the demand of tourists in Dali. According to the present situation, Dali tourism industry will face greater competitive pressures with another surrounding region.

Process of Pollution Prevention and Protection of Water Resources

Point Source Pollution Control

For point source pollution control, it mainly focuses on industrial pollution sources, lakeside hotels and tourist resorts along the river basin; raising the standards of sewage discharge by the industrial enterprises; increased supervision and inspection; Speeded up the construction of sewage interception pipeline system and the construction of urban sewage treatment plants and garbage disposal sites along the basin; clean several polluted river channels.

Non-point source pollution control

For non-point source pollution control, construction and promotion of ecological agriculture demonstration park, which to improve the effectiveness of reasonable application of pesticides and fertilizers in the river basin and control of nitrogen, phosphorus and organic pollution and improve the pollution control and monitoring of agricultural non-point source; construction of village and town garbage treatment and biogas digesters, and cooperate with technologies such as land treatment systems or purification tanks for human and animal waste and sewage and water treatment systems; soil and water conservation and greening project, based on the original and natural forest protection in the river basin then fully implement ecological restoration project of water conservation forest, Grain for Green Project is one of the most important part of it. (Zhao, H et al., 2018; Tianshan, W & Han, Z., 2016)

Inheritance and Promotion of Intangible Cultural Heritage

Intangible cultural heritage facilitates the development of tourism. It stands for a culture symbol of a region, also the best publicity for a tourist destination. (Xin, L., 2011) The inheritance of intangible cultural heritage needs the combined efforts of citizens and governments. On the one hand, the government should actively promote and guide people to learn more the local intangible cultural heritage, on the other hand, the government should invest special funds to support the inheritance of intangible cultural heritage to make the relative industries sustainable development. (Chen, X.L et al., 2011)

Conclusions

Opportunities of develop Ecotourism and sustainable tourism

The government support the development of tourism as a pillar industry and invest a lot of money to support environmental protection to develop eco-tourism. Combining rich natural environment resources and historical heritage resources, and developed modern organic agriculture, it is a good opportunity to development sustainable tourism in Dali. Dominant market of eco-tourism leads an innovative tourism development way, the best choice is to transfer into the vacation destination for leisure travel mode instead of rigid mode before.

Reference

- [1.] Tao, Y. and Pongchompu, S.(2018): The Development of Rural Tourism in The Region of Zhu Kula Village, Dali City, Yunnan Province, China. In *ASEAN/Asian Academic Society International Conference Proceeding Series*, pp. 843–848.
- [2.] Ni, Z. and Wang, S.(2015): Historical accumulation and environmental risk of nitrogen and phosphorus in sediments of Erhai Lake, Southwest China. *Ecological Engineering*, 79, pp. 42–53.
- [3.] Yearbook, L. (2008–2019): *Dali Yearbook*.
- [4.] Peng, J. – Liu, Y. and Tian, L.(2018): Integrating ecosystem services trade-offs with paddy land-to-dry land decisions: A scenario approach in Erhai Lake Basin, southwest China. *Science of the Total Environment*, 625, pp. 849–860.
- [5.] Bhatta, L. D. – Wu, N. – Udas, E. – Agrawal, N. K., Ranabhat, S. and Basnet, D.(2018): *Wetlands in the Himalaya: Securing Services for Livelihoods-Special Publication*. P. 49–53.
- [6.] Chen, X. L. – Yang, J. D. and Zhang, Y. (2014): Determination and investigation of the influence of national tourism on ethnic identity – .A case study. Shuanglang, Bai village, Dali [J]. *Tourism Research*, 1.
- [7.] Zhao, H. – Zhang, L. – Wang, S. and Jiao, L. (2018): Features and influencing factors of nitrogen and phosphorus diffusive fluxes at the sediment-water interface of Erhai Lake. *Environmental Science and Pollution Research*, 25(2), pp. 1933–1942.

- [8.] Tianshan, W. and Han, Z. (2016): Analysis of Land Use and Landscape Pattern Change in Erhai Lake during Rapid Urbanization. *Ecological Economy*, (1), p. 39.
- [9.] Xin, L. (2011): On Dali Intangible Cultural Heritage Resources and Library Characteristic Literature Construction. *Journal of Dali University*, 9.

Authors:

Li Tianyi

Earth Science

PhD student

University of Debrecen

tianyi0714@gmail.com

Dr. habil Zoltán Bujdosó

College Professor

Eszterházy Károly University

Gyöngyös Károly Róbert Campus

bujdosozoltan@uni-eszterhazy.hu

EXPLORING SUSTAINABLE DEVELOPMENT THROUGH THE EXAMPLE OF THE CSÍKSOMLYÓ SHRINE

Tőzsér, Anett

Summary

Csíksomlyó, as a fundamental place for Szeklerland's sacred practice has a history of hundreds of years, and also became one of the most important shrine area for the Hungarian nation. The Csíksomlyó Pilgrimage is a tradition that also has a history hundreds of years long, and one of the examples stressing the importance of religious tourism known by many even today. On a regional scale, the shrine of Csíksomlyó also became one of the most well-known brand, which offers its services – beyond spiritual pleasures – to approximately 250.000 visitors each year. The goal of this study is to research the story, touristic importance and ever-changing role of the Csíksomlyó Pilgrimage, mainly from the perspective of the Csíksomlyó Pilgrimage being a touristic product, what phase of its life cycle it is currently, what way it's developing right now, and what future it's heading towards. According to the studies, the farewell to Csíksomlyó is currently in the phase of development and consolidation. The increase in the number of visitors is still significant, but it is slowing down. The number of visitors is many times higher than the local population. More and more businesses are built on tourism, but there are many unexplored opportunities in the destination that the region seems to be responding to. The farewell product range is steady, its composition is stagnant, but all stakeholders agree that it is necessary to develop the tourism infrastructure for renewal, which would primarily be a summary of available capacities and the tourism stakeholders.

Keywords: *religious tourism, Csíksomlyó Shrine, pilgrimage*

JEL: Q01

Introduction

Csíksomlyó is the largest pilgrimage site of the Hungarian people, and became a positive example of religious tourism for everyone in the last 30 years. The Csíksomlyó pilgrimage has a significant role in strengthening beliefs and the national self-awareness, furthermore, it has a major effect on Transylvania's and Hungary's touristic development, since it generates a huge customer traffic, and consuming. Given that, according to expert estimates, up to 60% of the 1.2 million tourists who travel to Transylvania each year may be Hungarian (Nagy, 2013), an important objective is to evaluate the impact of the event, which has great significance for the attractive tourism of Csíksomlyó and Csíkszereda.

The goal of the research is to examine what value the Csíksomlyó Pilgrimage has as a touristic product, what effect it has on the tourism of the region, and what are its economic effects in Transylvania. This required us to use the method of data evaluation to examine the volume of the pilgrimage's traffic, use the life cycle phase curve to measure the scale and orientation of current development, and to conduct interview with the Franciscan provincial chief of Transylvania.

During the research, we made the following hypothesis: the Csíksomlyó Pilgrimage is still mainly considered an important asset for experiencing religious beliefs by the church, but its function as strengthening the self-awareness of Hungarians, and experiencing their unity also became a strong motivational factor.

Source and Method

During our research, we used both primary and secondary methods.

- We processed literary sources of this topic: that shed light on the connections between religious and cultural tourism, the Csíksomlyó Pilgrimage, and the spiritual and national charm.
- Using the methodology of document analysis, we evaluated the prior research that exists for the topic: sociological context of the pilgrimage's ever-changing role, statistical research on the number of participants, and the research papers looking at the product palette of the pilgrimage as a tourist destination, and its development state.
- An interview was conducted with Erik Urbán, the provincial leader of the Transylvanian Franciscans and the church director of the Franciscan monastery of Csíksomlyó in order to integrate the opinions and experiences of the expert of the topic into the results of the research on the changing role and economic significance of the Csíksomlyó farewell.

Results

The Csíksomlyó Pilgrimage – spiritual and/or national destination?

In Csíksomlyó's case, the problem of designating the boundaries of religious tourism also comes up, since the Csíksomlyó Pilgrimage isn't a spiritual experience from the perspective of faith exclusively, but also an important location of experiencing the Hungarian identity in the context of the Church.

The Csíksomlyó Pilgrimage retained its reliance on faith purely for hundreds of years, as a holiday of the Church. Based on sources from said Church, Csíksomlyó has been a location for religious pilgrimages since 1444. This was declared by Pope Eugene IV. in one of his concordats that exists even today. Since 1567, the pilgrimage is a sacramental pilgrimage, which is the point where we can trace the Csíksomlyó Whitsun Pilgrimage back to. The oldest sources place the construction of the Csíksomlyó Shrine to the XV.th century. The temple survived the Turkish Occupation, which beliefs and national traditions consider to be the results of the Virgin Mary statue bringing forth miracles, kept in the temple (Vörös, 2005).

Due to the spiritual-physiological healing that often happened in Csíksomlyó, Ignác Batthyány, the bishop of Transylvania declared the Virgin Mary statue a miracle in 1789. The Virgin Mary reverence is further elevated by the Regnum Marianum circle, which stated that King Saint István offered his nation and country to the Virgin Mary in the form of the crown representing it. In light of this, the settlers crowding into the country, and the local Hungarian people found their common Virgin Mary reverence as a point to connect, and the Catholic Hungarian nation was united via this reverence irrelevant to ethnic groups. This is how the statue, and Csíksomlyó became the cultural centre and the symbol of keeping faith for Szeklerland, and later, Transylvania through the years. The century-old tradition of pious Virgin Mary reverence during the Whitsun Holiday was significantly cracked by the political and social changes of the XX.th century. In 1949, the reigning Romanian regime prohibited the pilgrimage. Though this prohibition was in effect until 1990, the local settlements kept sending pilgrims in the decades it persisted to Csíksomlyó (Vörös, 2005).

Multiple studies deal with the different motivations for visiting the pilgrimage (Mohay, 2006; Vörös, 2005). Taking part in the Csíksomlyó Pilgrimage changed from its initial form of being an event dedicated to Catholic faith into a modern and popular belief tourism destination, due to the historical changes the XX.th century brought about. The Catholic faith still holds a significant role in their motivation, and the pious visits they do to the other Christian believers on the grounds of being ecumenical, but nowadays, visitors with basically no pious belief, but persisting Christian roots have at least this much significance as well, whose main motivation is to experience national self-representation with the Hungarians

coming from the Carpathian Basin and other areas of the World. In the following part, we'll summarise perspectives and opinions.

Earlier research suggest that the touristic interest for the event was first caused in the 1970's-1980's, when young intellectuals from Budapest flocked to the Somlyó Pilgrimage because they could meet Csango people there (Mohay, 2006).

In the later 1990's, the fact that people going to the pilgrimage were not fundamentally from a regional, Szeklerlandian region, but from a broader distance, became a more significant fact. Ever since the 1990's, people from the entire area of Transylvania and Hungary have been coming to the pilgrimage, and even other places inhabited by Hungarians, and countries beyond the sea represent themselves (Mohay, 2006).

The international popularity of the pilgrimage, which rose quickly, was partly due to the reporting of mass communication tools, like newspapers reporting from the pilgrimage, and radio- and television programmes. This process brought forth the changes in the Church's holiday. This is how the self-representation in national categories became the main reason for those participating, taking over motivation resulting from faith (Vörös, 2005).

Based on the results of prior research also featured in this study, we can say that the Whitsun Pilgrimage in Csíksomlyó is also communicated as a national holiday by politics and the media, even though it's basically a holiday of the Church, which is how they advance the visitation of Hungarians en masse. Despite this, the emotional relation of the masses visiting the holiday to the message of the holiday isn't only due to this, as it's more of a collective national community experience of the mass of people present. The national symbols, like the signs and flags held up by people during the march are a significant means to this (Vörös, 2005).

Therefore, we can state that the Csíksomlyó Pilgrimage went through various changes in meaning since the time of 1990, which made it differ from its spiritual meaning, and these changes represent national elements in the design of the holiday. However, this shouldn't solely be searched for in the changes the holiday's meaning went through. Beliefs play a significant role (both catholic and protestant beliefs) in keeping the Hungarian identity in Transylvania, mostly due to historical reasons, which is why it's hard to differentiate between motivations fuelled by faith and national aspect when comparing people visiting the pilgrimage. Based on the experience of the interviews, we can say that experiencing faith is significant in the motivation to visit the pilgrimage, which lets us believe that the opportunity of experiencing their faith in a region housing a strong Hungarian community 500 kilometres from the border is what attracts the mass of visitors (Vörös, 2005, Tózsér – Bánhidai, 2016).

Analysing the Csíksomlyó Pilgrimage destination using the lifecycle curve

Tourism destinations have differing attributes, which is why the nature of tourism and the changes caused are very different for each one, but similar processes can be seen for all tourism destinations. This process is what the destination lifecycle model wants to represent on a theoretical level, which starts from the fact that the demand for the local tourism destination is in relation with the attitude locals have towards tourism, and the current development state of the tourism sector (Palanca, 2007).

The most well-known tourism lifecycle curve is Butler’s model (1975). Butler believes the tourism lifecycle curve consists of six consecutive phases. The various phases bring different amounts (each more or less than others) and types of visitors, and have different development levels and tourism-brought effects (Palanca, 2007) (Figure 1).

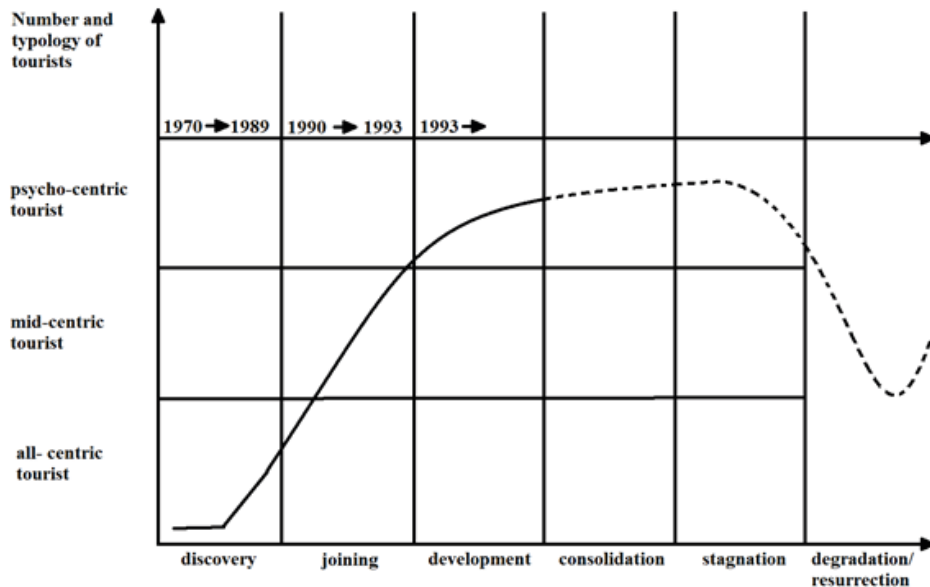


Figure 1: Tourism destination lifecycle curve model through the example of the Csíksomlyó Shrine

Source: self-made, based on Palanca 2007.

Today, the Csíksomlyó Pilgrimage is one of the most well-known element of Transylvania’s tourism offers, and hundreds of thousands of visitors arrive here annually. The seasonal tourism influenced by the pilgrimage as well also has an economic effect in the region: Harghita County accepts the highest number of tourists in the main season of Summer.

The tourism lifecycle curve suggests *the Csíksomlyó Pilgrimage is currently on the border of the development and consolidation phases.* The research conducted on-site

also supported that the number of visitors coming to the pilgrimage can only be estimated, and this number is on the rise, becoming higher each year.

The basis of using the tourism destination / product model for the analysis is that the theoretic starting points of the model are cross-referenced with data at hand.

According to the theoretical model, the first phase is the timeframe of *discovery* in a destination's (currently, a tourism product's) life.

This timeframe, based on the Butler thesis means that a small number of generally all-centric tourists visit. These tourists are here in the name of exploration, and are interested in novelties. As the tourism destination doesn't have a tourism infrastructure, tourism itself has no significant economic, social or cultural effects. The area is hard to approach, and the interest is generated basically by natural treasures.

In the case of the Csíksomlyó Pilgrimage, the phase of discovery was the timeframe between 1970 and 1989. In the phase of discovery, theory and practice were almost perfectly aligned. Interest in the pilgrimage became more apparent from the 1970's, when intellectuals from Budapest with a wanderlust were the main visitors, coming to meet Csangos (MOHAY 2006).

The next phase of the model is the phase of *joining*. Based on the theory's description, developing the tourism infrastructure begins in this phase, mostly for lodging and guest services. The first investors appear, and the tourist season, which means the highest visitor count is also determined. Tourists come into direct contact with locals.

The timeframe of joining happened between *1990 and 1993* for the Csíksomlyó Pilgrimage. After the year of the political change, the amount of visitors that come to take part in the pilgrimage was on the rise. From the few university students visiting the event until 1989, a huge crowd grew that became interested in it, and it was so numerous that the shrine wasn't able to welcome visitors anymore. After the Romanian Communist Regime fell, most of the people appearing at the first pilgrimage were from Transylvania. The mass and the pilgrimage were first held on the square before the shrine where the visitors were, and were later re-directed to the valley of Mt. Somlyó, where the open-area shrine's construction begun. "The mass of people was so huge that the entire area was crippled. The mass was on the square before the temple at that time, and there were too many people that we had to take it out to the valley" (Erik Urbán's interview).

The phase of joining is followed by the phase of *development*, which is in the process of happening, and started in 1993, based on currently available data. Based on the theoretic description of the model, this timeframe is basically when the mass of visitors grow: the number of people visiting increases beyond the number of locals. At the same time, the number of local entrepreneurship also increases, and the intensity of marketing-communications is also on the rise. Attractions made by man exchange the primary function of natural and cultural interests.

During the development phase of the Csíksomlyó Pilgrimage, pilgrims from the entirety of Hungary and Transylvania arrive, while the Carpathian Basin's Hungarians and other countries from beyond the sea also represent themselves. As the interview conducted in the Grey friar monastery of Csíksomlyó also suggested, the development of touristic products can also be dated here. By relocating the pilgrimage from the shrine to the valley of Mt. Somlyó, the Church made the conditions applicable to accepting hundreds of thousands of visitors, but the open-area shrine planned by Imre Makovecz was also constructed to this end in 1996. Based on the opinions of expert asked during the interview, we can say that the capacity of hotels, hostels and private housing was also made during these years, which is expanding even today, and is capable of serving the hundreds of thousands of people arriving for the pilgrimage.

The phase of *consolidation* is described by a decelerating growth, and the search for new markets. To keep visitor number high, an intense marketing-communication activity is happening. Psycho-centric tourists appear between the visitors, and investors from abroad also start appearing in the economic life of the destination. The life quality of locals deteriorates, and resentment towards tourists also appears.

Today's Csíksomlyó Pilgrimage can be described with the developing tourism infrastructure, the continuing construction of the Virgin Mary Road, the partaking in the Recultivatur international religious tourism project, and the expansion of the Church's programs. According to the interview, making Csíksomlyó an attractive place even outside of the pilgrimage became the focus. Accepting visitors, and offering them programs, spiritual plaction and practices not only at the Whitsun holiday, but during the entirety of the year also became important. This process is evident, thanks to the online communication (blogs of grey friars, websites of Hungarian travel agencies), and the programs of the Virgin Mary Road Community.

The next phase of Butler's thesis is the *stagnation*. This is where the number of visitors reaches the limit of the area's capacity. The most notable effects are from insufficient exploitation and strong seasonality. The appearance of mass tourists signifies that the destination became an outdated fad. The dependence on returning tourists becomes strong, and entrepreneurships often change leaders.

Based on the interviewee's experience, the increase in numbers visiting the Csíksomlyó Pilgrimage is still happening, but a kind of deceleration can be felt. The increase in marketing intensity can be felt in print and online media, lodgings that are open are reserved for the pilgrimage months before the event itself happens. The popularity of the destination persists. We can feel a strong seasonality, and pilgrim programs aren't significant yet.

The last phase of our analysed model is *degradation*. In this phase, mass tourists choose not to visit, entrepreneurships cease to function, and the touristic infrastructure deteriorates. Seasonality becomes relevant for the entire year, while tourists search for new destinations.

Degradation isn't in effect for the Csíksomlyó Pilgrimage, as a touristic product currently, but for this to persist, the renewal of the event is necessary, which came into the planning phase last year.

Based on the analysis, *the Csíksomlyó Pilgrimage shows both the attributes of the development and those of the consolidation phases of the lifecycle curve analysis at the same time*. The increase in visitor count is still significant, but shows a decelerating tendency. The number of visitors is many times over that of locals, tourism sprouts more and more entrepreneurship, but many opportunities are still buried within the destination's attributes, to which the region seems to react, in the form of development plans for the time being.

The product palette of the pilgrimage is constant, its contents stagnate, but all persons of interests agree on how the touristic infrastructure has to be developed for the renewal process, which mainly consists of summarising capacities at hand, and collecting the local stakeholders of tourism.

Conclusions and suggestions

The goal of this research is basically to evaluate the changing form, and the national and touristic importance of the Csíksomlyó Whitsun Pilgrimage.

Summarising the research, we can say that the 30 years that went by since 1990, the year that brought popularity to the pilgrimage organised for the 453th time in 2020, can be considered insignificant compared to the historical frame of the shrine's existence. However, 30 years is more than enough to prove that the holiday attracting hundreds of thousands for four days is on the rise, and its popularity is ever-increasing, even today. This process is long-term, and worth investing in.

The data collected during the analysis, and the tourist destination lifecycle curve model employed for using said data both suggest that the increase in interest is continuous, even if it's following a slightly decelerating tempo. This practically means that since 1990, people visiting the event are more numerous every year, but we can't talk about an exponentially increasing mass of visitors anymore.

During the on-site research, once again, we were able to prove that though the Grey friars deal with organising the pilgrimage alone, the huge volume of the event doesn't make it unsuccessful, both from a sacrilegious perspective (as pious believers have four days to experience spiritual practices), and from a touristic perspective (as both guests and locals accept the mass coming to the pilgrimage with persistent hospitality each year). The pilgrimage is also successful from an economic perspective, so to say: though we don't have precise data on this, during the interviews, the focus turned to how SMEs can also profit from the visitors that

come during Whitsun; supported by both the leaders of the mundane and the religious worlds during their respective interviews.

As for environmental effects, we didn't find any negative impact either. The nature of the event guarantees that visitors behave themselves appropriately, and this also develops in the proper way.

During the on-site research, our hypothesis which suggests that the pilgrimage re-orientated to a mundane, national event didn't hold true. Based on the experiences, the original nature and goals of the pilgrimage were kept intact, moreover, the Church's primary goal – experiencing faith – is still the most notable factor. Due to the occupation of the Church, this event isn't handled as a touristic product, which is why touristic validation isn't a primary condition.

The Csíksomlyó Pilgrimage, as a touristic research topic doesn't have a long history. In recent years, multiple media products and organisations tried to measure the number of people visiting the pilgrimage using some sort of method. The research planned to continue from the current point requires that a methodology for measuring the visitor count is made, and used to conduct measurements.

Based on the experiences from Transylvania, local demands prioritise a well-thought out touristic infrastructural development. The shrine and its direct constructed environment are under national heritage protection, meaning implementing construction projects on a large scale is practically impossible. As for developments, the main demand is to renovate Church-owned buildings, and the construction of a Grey friar museum, which could introduce the 500-year history of the Grey friars to visitors, and their amassed spiritual and physical treasures.

All significant actors (friars, civilians, municipality) consider awakening the interest incoming tourists have in Csíksomlyó the most important task, not only during the pilgrimage, but beyond that as well, and to keep people who visit the area in place for as long as possible. In order to realise this, they try to increase the interest in religious tourism using events of the Church, and organising spiritual practices, and via different projects and the initiatives of civilian organizations.

Csíksomlyó, as a touristic destination depends significantly on the Whitsun Pilgrimage for its development. In order to avoid falling into the trap of seasonality, and to make the area a religious goal of tourists during the entire year, a more intentional, professional and thought-out marketing practice is needed (mainly product development, and marketing-communications). Other than the pilgrimage, many other Church holidays should be advertised, which would increase the balanced popularity of the shrine itself.

References

- [1.] Mohay T. (2006): *Vonzáskör változásban: Búcsújárás Csíksomlyóra*. A Csíki Székely Múzeum Évkönyve 2006. Csíki Székely Múzeum, Csíkszereda, 2007.
- [2.] Nagy B. (2013): *A turisztikai helymarketing megalapozása Székelyföldön. Az imázs és márkahasználat tudományos megalapozása*. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Kolozsvár.
- [3.] Palanca A. (2007): *A turizmus társadalmi-kulturális hatásainak vizsgálata egy ökoturisztikai desztinációban. Turisztikai kutatás az Őrségben*. Doktori disszertáció.
- [4.] Tőzsér A. – Bánhidai Cs. (2016): *A csíksomlyói búcsú turisztikai vizsgálata 2016*. Kutatási Jelentés. Kárpát-haza Program. Nemzetstratégiai Kutatóintézet. Budapest.
- [5.] Vörös G. (2005): *A szakrális, a nemzeti közösség és az egzotikum élménye. A magyarországiak részvételének motivációiról a csíksomlyói pütkösdi búcsúban, Erdély (de)konstrukciók – tanulmánykötet*. Tabula könyvek, Budapest.
- [6.] Interview with Erik Urbán, the provincial leader of the Transylvanian Franciscans and the church director of the Franciscan monastery of Csíksomlyó.

Author**Dr. Anett Tőzsér**

senior researcher

Research Institute for National Strategy

Directorate for Research, Strategy and Coordination

Email address: anett.tozser@nski.gov.hu

THEORETICAL ANALYSIS OF THE SOCIAL PROTECTION AND RELATED CONCEPTS

Vardanyan, Yevgine

Abstract

Social protection is a concept widely used in many disciplines and from different perspectives. Those are some of the main reasons why it still has no concrete and overall definition. The same situation exists related to the other concepts closely connected to social protection. Those are usually used for describing the social protection system in one or another country. But still, the concepts like social welfare, social policy, and social insurance are, also need to be defined and described in the terms of the main links with “social protection” concept.

The article is aimed to analyzing the concepts that are widely used in social protection sphere, but which in many cases are applied in different situations and with different meanings. It is also directed towards describing the main links between the social protection and closely related to it concepts, like social policy, social welfare, social insurance and social services are.

The article is based on theoretical overview of main approaches and theories created for those concepts’ definition.

Keywords: *social protection, social welfare, social policy, social protection, situation and meanings, policy, social services*

JEL: Z31

Theoretical Overview: Social Protection

Social protection is very much a creation of the twentieth century and it has become the object of the close attention of the researchers and scientists only recently.

The form and extent of social protection differ greatly between nations but the fact that nearly all countries, differing greatly in their economic, social and cultural circumstances, have introduced social protection is itself remarkable (*James Midgley, David Piachaud, 2013*).

Still, there is no overall and inclusive version of how social protection can be defined. That is caused by the fact that modern countries have developed different practices and experiences, for responding to the social problems they face, and also because social protection is studied by different disciplines, like economics, sociology, public administration, social work, etc. So we can assume that there are many approaches of defining and explaining social protection. Some view it as a policy framework employed to address poverty and vulnerability (*Armando Barrientos, 2013*), other specialists consider that social protection is concerned with protecting and helping those who are poor and vulnerable, such as children, women, older people, people with disabilities, the displaced, the unemployed, and the sick (*Harvey, Holmes, Slater, Martin, 2007*). The other approach suggests wider meaning of social protection connecting it to not only the reduction of poverty and vulnerability but also emphasizing its important role and influence in socio-economic security, social inclusion and cohesion (*A. Bonilla Garcia and J.V. Gruat, 2003*). Its impacts have also been seen as enhancing economic and productive capacity of poor households to cope with, respond to and withstand natural and human-induced crises (*UN, 2017*). Analyzing the main approaches which are developed for presenting the definition of social protection, we can assume that some suggest very narrow understanding of it making similar to social welfare (social support), that is the provision of material and nonmaterial assistance to the vulnerable groups of population, and the other approaches tend to see social protection as much wider concept closely related to the high level of well-being and adequate functioning of different groups of population. So on the one the hand, social protection can meet the essential needs of human survival by ensuring that all men and women have basic social and economic security. At the time, it can play a more far-reaching role in enhancing the quality of life of individuals and societies by developing and unleashing human potential, facilitating structural change, increasing stability, advancing social justice cohesion, and promoting economic dynamism (*A. Bonilla Garcia, J.V. Gruat, 2003*).

Though we share the opinion that all those approaches have the right to be taken into account while defining social protection, we also think that there should be at least one acceptable “solution” for having more inclusive, but at the same time concrete definition of the social protection. That can be a definition which connects the social

protection to the procedures of overcoming social problems and preventing different social risks, like the poverty, unemployment, health or educational problems are. These types of definitions allow seeing the role and importance of social protection not only in responding to the different social problems, but also in making conditions for long-time prevention of difficult life situations. We also suggest that the role of the social protection in the realization and protection of the human rights, especially of social rights. This function of social protection system should also be emphasized. So, taking into account the suggestions mentioned above, we can offer to use the definitions of social protection, which emphasizes its role in preventing social risks, providing social assistance in overcoming social problems and creating the necessary prerequisites for realizing or protecting the rights of population or different groups of it. One of these kinds of definition can be the following:

Social protection is all public and private initiatives that provide social assistance to those groups of population that have been occurred in difficult life situations, which they are not able to overcome on their own. It is also directed towards preventing social risks by enhancing the individual or group (including family and community) capacities and promoting the development of the necessary social environment for that.

Social protection also considers the measures and convenient actions directed to the protection of the social rights of population.

Social protection is closely related to other different concepts, like social security, social welfare, social policy and social insurance are. The concrete identification of the links of those concepts with social protection is also very necessary, because it will bring clarity in the categorical system of social sciences.

Social Protection and Social Security

Starting from the connections of social protection and social security concepts, we should mention that although the term social security is derived from a common Latin root, it has been defined in different ways by different experts. Some define social security narrowly as the provision by the state of monetary benefits to persons who experience contingencies specifies by the statute, while others interpret it broadly to encompass a variety of programs and services provided by both public and nongovernmental organizations. These differences are not only a manifestation of academic preference, but reflect real variations in the programs provided by social security agencies around the world (*J. Midgley, 1997*). In some countries such as the United States, social security refers to the insurance funded retirement, invalidity and survivor's benefits provided in terms of the 1935 Social Security Act. In Britain, the term social security includes social assistance, unemployment payments and child

benefits. In many Latin American countries the provision of medical services forms an integral part of the social security system. In some Latin American countries, social security also includes vocational training, youth activities and recreational and cultural programs (*J. Midgley, 1997*).

Still, all those definitions have clear similarity; it is that social protection is considered a wider concept, than social security is. Based on it social security can be viewed as a form of social protection which have almost the same meaning and the aim.

So from this point of view social protection includes social security with its forms and programs and it is implemented mostly on behalf of social security system.

The International Labor Organization has sought to standardize the meaning of social security and has suggested the following definition of it:

Social security is the protection which society provides for its members through a series of public measures against the economic and social distress that otherwise would be caused by the stoppage or substantial reduction of earnings resulting from sickness, maternity, employment injury, invalidity and death, provision of medical care, and the provision of subsidies for families with children (ILO, 1984).

Analyzing this definition we can conclude, that it identifies social security and social insurance as synonymous.

But there is also another opinion about the links between social security and social protection and that opinion is also very widespread in the professional literature. This is another approach which defines social security as situation of social, economic, political stability and a source of the individual and social development (*A. Skifskaya, 2014, M. Liga, 2013*).

Trying to reveal the main links of the two concepts like social protection and social security are, we can suggest two main ways for understanding those connections.

First, we can say that if the social security is viewed in a narrow way and is considered as a variety of programs and social services provided by both public and nongovernmental organizations, then social protection can be explained as a wider concept, which includes also social security programs. But if we take into account the other approach of explaining social security, which considers it as a situation, when the socio-economic stability is achieved, then of course, it can be viewed as a wider notion than social protection is. Even more, in that case social security becomes something like a goal or a main aim for the social protection system in any country.

Social Protection and Social Policy

It is really very important to study the connections of social protection with another very important concept like social policy is. The issue is the same. There is no clear

way or concrete approach for explaining the connections of those two concepts. And that is conditioned by the fact, the social policy, as well as both social security and social protection is defined in very different ways.

So social policy is not an easy area or discipline to be defined. It is usually defined as a term to denote a set of policies and practices concerned with promoting social welfare and wellbeing. This definition has most usually been associated with the provision of social welfare through institutions of the state. Social policy is also viewed as an interdisciplinary and applied subject concerned with the analysis of societies' responses to social need (*London School of Economics, 2015*). As we can conclude from those definitions, social policy presents the mechanism which the society implies for meeting the social need. Social policy is also described as a public policy and practice area in the spheres of health care, human services, criminal justice, inequality, education and labor (*Malcolm Wiener Center, 2015*). Social policy might also be described as actions that affect the well-being of members of a society through shaping the distribution of and access to goods and resources in the society (*Christine Cheyne, Mike O'Brian, 2005*). All those definitions describe social policy as a mechanism for the implementation of the goals of social protection, which consists of the appropriate policies and programs. At the same time there are several other approaches which define social policy as in a broader way, saying that: "At its broadest, social policy could incorporate all governmental policy that has, by definition, a social dimension" (*Amanda Coffey, 2004*). For analyzing the way by which social policy is related or connected to social protection concept, we can mention that those connections or links depend on what approach we choose for defining those concepts. If we consider social protection as a set of policies directed towards meeting social need, then we can assume that it can be viewed as a mechanism for providing social protection to the members of the society. But if we define it as a policy implemented by the governmental or nongovernmental organizations in the social sphere, then, of course, we can surely say that in that case social protection system is designed for accomplishing the goals in the social sphere of the society.

Social Protection and Social Welfare

Another important concept that should also be defined and analyzed in the frames of social protection studies is the social welfare. That is a term that doesn't have clear meaning and concrete explanation as well. The way the social welfare is defined depends on the reasons of its definition. In some cases it is considered to be a situation, which is more concerned with the quality of life that includes factors such as the quality of the environment (air, soil, water), level of crime, extent of drug

abuse, availability of essential social services, as well as religious and spiritual aspects of life (<http://www.businessdictionary.com/definition/social-welfare.html>, 2019).

Social welfare is also defined as a system of organized or private social services for the assistance of disadvantaged groups (*Merriam-Webster dictionary*, 2019). In this case it is seen as a part of social protection system, as a subsystem which provides assistance to needy individuals and families (<https://www.investopedia.com/terms/s/social-welfare-system.asp>, 2019).

Meanwhile, social welfare is also defined as a social changes designed to promote the well-being of the population as a whole in conjunction with a dynamic process of economic development. From that point of view social welfare is seen as a whole system directed towards making necessary conditions for high level of life quality and welfare life. In this case social welfare can even be viewed a system equal to social protection. But if we take into account international advanced practice, we will see that although the types and amount of welfare available to individuals and families vary depending on the country, state or the region, they are all connected with the same aim, which is social assistance provision to the families and individuals who need that assistance to be provided in a need-based and professionalized way.

Social Protection and Social Insurance

The other concept that should be analyzed because it's close relatedness to social protection is social insurance. The last is mainly defined as a type of social protection and in fact the two terms sometimes used interchangeably. The reasons for that are the definitions which sometimes give the same characterization to both of those concepts. Social insurance is defined as a protection of the individuals against economic hazards (such as unemployment old age, or disability) in which the government participates or enforces the participation of employers and effected individuals (*Merriam Webster Dictionary*, 2019). In this sense it is also considered as a same term, like social security is. For specifying social insurance and emphasizing its main differences from social protection we can mention that social insurance is also defined as a form of social protection which is directed towards the inclusion of groups currently or possibly in the future not participating in insured employment. Entitlement to social insurance benefit is neither based on need nor coffered as a social right per se, but is conditional on compulsory contributions to one (or several) social insurance funds while employment (*Jochen Clasen*, 1997). Thus, participation in paid work is generally the key criterion for social insurance.

The benefits, their sizes and complementary schemes for employees vary greatly from one country to another and dependent on the main characteristics of the

social protection system of that country. Nevertheless, the standard of protection and complementary schemes tend to play an important role in achieving real improvement in material living standards for many people and at the same time contributing to the preservation of existing social structures (*Jochen Clasen, 1997*).

References

- [1.] A. Bonilla Garcia – J. V. Gruat (2003): *Social Protection: A Life Cycle Continuum Investment for Social Justice. Poverty Reduction and Sustainable Development*, ILO, Geneva.
- [2.] Amanda Coffey (2004): *Reconceptualizing Social Policy: Sociological Perspectives on Contemporary Social Policy*. UK.
- [3.] Armando Barrientos (2013): *Social Assistance in Developing Countries*. Cambridge University Press, UK, 2013.
- [4.] Bujdosó Zoltán – Dávid Lóránt – Remenyik Bulcsú – Tóth Géza (2011): Connection between tourism and regional development on the Hungarian-Croatian border. *Central European Regional Policy And Human Geography 1: 2* pp. 27–40., 14 p.
- [5.] Christine Cheyne – Mike O’Brian – Michel Belgrave (2005): *Social Policy in New Zealand: A Critical Introduction*.
- [6.] Harvey, Holmes – Slater, Martin (2007): *Social Protection in Fragile States*.
- [7.] Integrated Social Services in Europe: Report, Council of Europe, 2007.
- [8.] International Labor Standards on Social Security, 1952.
- [9.] Introduction to Social Security, ILO, 1984.
- [10.] James Midgley (1997): *Social Welfare in Global Context*. Sage Publications, London.
- [11.] James Midgley – David Piachaud (2013): *Social Protection, Economic Growth and Social Change: Goals, Issues and Trajectories in China, India, Brazil and South Africa*.
- [12.] Jochen Clasen (1997): *Social Insurance in Europe*. The Policy Press, Bristol.
- [13.] Social Insurance and Social Protection, International Labor Organization, International Labor Office, International Labor Conference, 1993.
- [14.] Social Policy, London School of Economics, UK.

- [15.] Social Policy, Malcolm Wiener Center, 2015.
- [16.] Social Protection and Resilience: Supporting Livelihoods in Protracted Crises and in Fragile and Humanitarian Contexts, UN, 2017.
- [17.] *Business Dictionary*, <http://www.businessdictionary.com/definition/social-welfare.html>, 2019,
- [18.] Encyclopedia Britannica, <https://www.britannica.com/topic/social-service>, 2019.
- [19.] Merriam-Webster Dictionary, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20welfare>, 2019.
- [20.] Merriam-Webster Dictionary, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20insurance>, 2019.

Author

Yevgine Vardanyan

PhD in Sociology

Yerevan State University, Faculty of Sociology

1 Alek Manukyan St, Yerevan 0025

Department of Social Work and Social Technologies

yevginevardanyan@gmail.com

FENNTARTHATÓ TURIZMUS

Varga Zoltán – Csákvári Tímea

Összefoglalás

A turisták megjelenése anyagilag és kulturálisan fellendíti a településeket. Beindul a kereskedelem és a vendéglátás, felfelé mennek az ingatlanok árai, szaporodnak a munkalehetőségek, így lesz lehetőség a településfejlesztésre. Sok esetben a természeti értékeket csak azzal az indokkal lehet megmenteni, hogy turisztikai látványosságot jelentenek, így az eszmei értéket anyagi értéként beállítva könnyebb elfogadtatni a társadalomban. Sokszor a természeti értékek megóvása helyett azok kirablását tapasztaljuk, ami jelentős környezet-szennyezést von maga után.

Sokan szeretnének a turizmusból eredő bevételekből megélni, és reménykednek, hogy fellendítik a település életét. Kétségtelen, hogy a turizmusnak vannak pozitív hatásai, de nem hagyhatjuk figyelmen kívül a negatív hatásokat sem. A turizmus sokféleképpen terheli a környezetet, gondoljunk csak a közlekedésre vagy az eldobált hulladékokra, főleg a fém- és műanyag hulladéokra. A turisták közvetlenül is szennyezik a vizet, például a napolaj használatával, motorcsónakokkal, fáradt olajjal, melyet a természetes vizekbe engednek, aminek beláthatatlan következményei lesznek.

Az utóbbi évtizedben nagy hangsúlyt kap a fenntartható turizmus szervezése és fejlesztése. A globalizáció, a technika fejlődése, a turizmus páratlan fejlődési üteme arra készíteti az érintetteket, hogy a terület összes szereplőjét bevonva mindenki érdekében figyeljék a fejlődés irányait, ütemét és még időben tudjanak cselekedni, hogy az adott turisztikai attrakció, szolgáltatás, desztináció a következő generációk számára is úgy legyen elérhető, ahogy azokhoz a jelen generációk hozzáfértek. A fejlesztés továbbgondolása az eredeti helyzet, állapot felmérésével kellene, hogy kezdődjön. Sokszor akkor történik az első beavatkozás, amikor már nyilvánvaló a gyakran visszafordíthatatlan károsodás. Fontos továbbá az adott területen megjelenő összes szereplő cselekvésének megfelelő koordinálása. A témában érintettek sora szinte végtelen: érdekelték pl. a légitársaságok, utazási irodák, öslakosok, helyi lakosok, biztosítók, klinikák, természetvédők, de még az egyes turisták is. A fenntartható turizmus kérdése nem csak helyi probléma, az „overtourism” jelensége egyre több világvárost és mindig újabb, „felkapott” régiókat veszélyeztet.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, fejlődés, overtourism, turizmus

JEL: J10

SUSTAINABLE TURISM

Abstract

The appearance of tourists boosts the settlements financially and culturally. Trade and hospitality will start, real estate prices will go up, job opportunities will increase, so there will be opportunities for settlement development. In many cases, natural values can only be saved on the grounds that they are a tourist attraction, making it easier for society to accept an ideological value as a material value. Many times, instead of preserving natural values, we experience their looting, which leads to significant environmental pollution.

Over the past decade, the organization and development of sustainable tourism has received a great deal of emphasis. Globalization, technological advances, and the unparalleled pace of development in tourism are forcing players to engage with all players in the area to keep track of developments, pace, and act in time for the next tourist attraction, service, destination for future generations and be accessed as accessed by current generations. Further development should start with an assessment of the original situation. Often the first intervention occurs when the irreversible damage is already apparent. It is also important to coordinate properly the actions of all actors in the area. The range of subjects involved is almost endless: airlines, travel agents, natives, locals, insurance companies, clinics, conservationists, and even individual tourists. The issue of sustainable tourism is not only a local issue, but the phenomenon of overtourism is threatening more and more cities and newer „upscale” regions.

Keywords: *sustainability, development, overtourism, tourism*

JEL: J10

Bevezetés és irodalmi áttekintés

Világszerte egyre több ember engedheti meg magának, hogy szabadidejét igényesen, tartalmasan töltsse el. Ennek egyik legkedveltebb módja az utazás, ahol lehetőség van a közvetlen élményszerzésre, kikapcsolódásra, pihenésre, feltöltődésre. Az utazást mint szabadidős tevékenységet támogatja a napjainkban divatos egészséges életmódra való törekvés, az információszerzés sokcsatornás lehetősége, az utazási lehetőségek bővülése, az úti célok palettájának szélesedése, az információrobbanás, az igény és lehetőség a tudásszerzésre, valamint a jelenkori tudatformáló trendek.

Az elmúlt években óriási lendület volt tapasztalható a világturizmus fejlődésében, és az előjelzések szerint ez a rapid növekedés az elkövetkező években, évtizedekben is tovább folytatódik. A nagyarányú növekedés leginkább 2000-tól figyelhető meg, amikor a kínai turisták is bekapcsolódtak a világturizmus forgalmába, és arányszámuk várhatóan együtt növekszik az egyéb országokból származó turisták számának növekedésével.

A forgalom növekedése egyrészt öröndetes tény, hiszen emberek milliói jutnak páratlan emlékekhez az adott desztinációkban megélt, megtapasztalt élmények által. A reklám, a jó marketing és a világháló adta lehetőségek által az egyre nagyobb számú, jó anyagiakkal rendelkező potenciális turista figyelmét könnyen ráirányítható az éppen aktuális nevezetességek, turistacélpontok felfedezésére.

Az utazni, turistáskodni vágyó tömegeket kiszolgálni kívánó háttérpar azonban – legyen szó akár szállításról, elszállásolásról, ételmezésről, idegenvezetésről, mentésről – egyre nagyobb gondban van a megnövekedett számú turisták igényeinek minőségi színvonalon való kielégítésében. Mindehhez hozzájárulnak a, bár áttételesen, de mégis jelentős súllyal érvényesülő gazdasági, társadalmi, környezeti és kulturális dimenziók is. A turizmus eltömegesedésének jelensége a felszínen látható problémák közül leginkább az adott desztináció környezetszennyezését és a helyi lakosság nyugalmának folytonos zavarását jelenti.

A világ turistaforgalmának jelen korunkban bekövetkezett robbanásszerű fejlődését illetően talán az alábbi témák foglalkoztatják leginkább a szakembereket: a „fenntartható turizmus” és az „overtourism” kérdése. Mivel nagyon friss és gyorsan változó jelenségről van szó, így a témákat illető szakirodalomnak sincs hosszú múltja, annak ellenére, hogy nap mint nap rengeteg dokumentum, elemzés és egyéb írás jelenik meg.

Anyag és módszer

A fenntartható fejlődés kérdése mintegy 300 éve foglalkoztatja az emberiséget, de komoly vizsgálata, beható elemzése, a probléma alapján történő tervezés (elsősorban a gazdaság, társadalom és környezetvédelem területén, amihez később társult a szociokulturális dimenzió is) mintegy rövidnek tűnő, de annál intenzívebb 40 évre

tehető. A fenntartható turizmus kérdése pedig még ennél is rövidebb, 1-2 évtizedes múltra tekint vissza, bár már korábban is voltak jelek arra, hogy a (tömeg)turizmust valamiféle ésszerű mederbe kell terelni ahhoz, hogy az egyes célpontok látóival ne szenvedjenek maradandó károsodást a turisták által. Például a lascaux-i barlangot 1961-ben le kellett zárni, mert a látogatók miatt megváltozott a barlang klímája, és a falon lévő rajzok kezdtek tönkremenni, vagy bizonyos cseppkőbarlangokat részben vagy egészben le kellett zárni, mert a látogatók letördelték a cseppköveket.

A fenntartható turizmus kérdése talán minden, eddig fenntartható fejlődéssel foglalkozó részterületnél is bonyolultabb kérdés, hiszen nagyon sok szereplős, gyorsan változó és hihetetlen tempóban fejlődő ágazatról van szó.

A vizsgálat során elsősorban témareleváns dokumentumok statisztikáinak figyelembevételére, valamint turisztikai szaklapokban vagy a médiában megjelent tudósításokra támaszkodtunk. Elsősorban a világturizmus jelenségeire fókuszáltunk, hiszen az sokrétűbb, bővebb információs anyagot nyújt, főként az egyes desztinációk és megoldási javaslatok sokszínűsége terén. Ez azonban nem jelenti azt, hogy Magyarországot nem érintené az „overtourism” jelensége, vagy nem lennének érdekeltek a fenntartható turizmus fejlesztésében.

A fenntarthatóság egy rendszer hosszú távú fennmaradást biztosító stratégia kialakítását jelenti.

Az elgondolás, a fogalom nem napjainkban született meg, azonban jelen korunkban adódtak azok a problémák, jelenségek, amelyek szükségessé teszik a fenntarthatóság újraértelmezését, átgondolását, kidolgozását, gyakorlását az egyén szintjétől kezdve egészen a globális rendszerekig.

A fenntarthatóságért folytatott harc ugyan már 300 éves, azonban a valódi küzdelem jelen korunkban folytatódik igazán, amikor már sok helyen visszafordíthatatlan károsodások léptek fel. A napjainkig tartó folyamatból csupán néhány jelentős állomást szeretnénk kiemelni:

Az első megfogalmazás a fenntarthatóságot illetően már a 18. sz. elején megtörtént: Hans Carl von Carlowitz az erdők „fenntartható hasznosításáról” (hosszú távon csak annyit lehet elvenni az erdőből, amennyi újra tud nőni) 1713-ban írt. Az ő megfogalmazása akkor kizárólag az erdőgazdálkodásra vonatkozott. (1)

Az 1970-es években kezdődtek a környezetvédelmi mozgalmak világszerte, mert akkorra kezdett nyilvánvalóvá válni, hogy a gazdasági haszon érdekében elpusztítjuk a környezetünket.

1987-ben az ENSZ Bruntland-jelentésében úgy fogalmazta meg a fenntartható fejlődést (sustainable development) ami olyan fejlődési folyamat, ill. szervezési elv, ami „kielégíti a jelen szükségleteit anélkül, hogy csökkentené a jövő generációk képességét, hogy kielégítsék a saját szükségleteiket”.

A fogalom az 1980-as évek elején jelent meg nemzetközi szinten, a szociális, valamint a környezeti problémák felismerését, ezen problémák gazdasági fejlődés-

sel összefüggését jelenti. Ezen problémákat nem lehet külön vizsgálni, hanem csak sajátos módon, együttesen megközelítve. A téma általános ismertséget Lester R. Brown 1981-ben megjelent „Building a Sustainable Society” című műve váltotta ki.

2001 júniusában fogadta el az Európai Tanács Göteborgban a Fenntartható Fejlődés Stratégiát, amely egy harmadik dimenziót ad a Lisszaboni folyamatnak. Sajnos ez figyelmen kívül hagyja azt a felismerést, hogy a környezeti, társadalmi és gazdasági kérdések és problémák összefonódnak, és nem lehetséges őket egymással gyakorta ellentmondó külön stratégiákban, külön prioritásrendszerek mellett kezelni. (2)

A fenntartható fejlődéssel kapcsolatban gyakran megjelenik az ökológiai lábnyom fogalma is, ami az erőforrás-menedzselésben és társadalomtervezésben használt érték, amely azt fejezi ki, hogy adott technológiai fejlettség mellett egy emberi társadalomnak milyen mennyiségű földre és vízre van szüksége önmaga fenntartásához és a megtermelt hulladék elnyeléséhez. (3)

A turizmusra vonatkoztatva pl. akkor legnagyobb az ökológiai lábnyomunk, ha repülővel elutazunk Európából Közép-Amerikába, és ott részt veszünk egy kényelmes hajóúton egy óriás üdülőhajón. Legkisebb lehet pl. akkor, ha gyalogtúrára megyünk a hegyekbe és ott környezettudatosan viselkedünk.

A fenntarthatóság dimenziói: a környezet, a gazdaság, a társadalom, és napjainkban a kultúrát vagy szociokulturális dimenziót is fegyelembé szokták venni. Mindezen dimenziók meghatározók természetesen a fenntartható turizmus tervezésében is.

A tömegturizmus pozitív és negatív hatásainak feltárása és elemzése során is ezen tényezők mentén folynak napjainkban a kutatások, az egymást átszövő, sokszor bonyolult hatások vizsgálata, elemzése és a jövő tervezése.

A gazdasági oldalt tekintve pozitív hatásnak számít elsősorban a helyi lakosság foglalkoztatásának és a helyi gazdasági bevételek növekedésének kérdése, ezáltal pedig a helybeliek életminőségének javulása is. Mindezen túl természetesen a régió is és az adott ország is profitál a turistaforgalom növekedéséből. Negatív gazdasági hatás lehet helyben a megélhetési költségek emelkedése, vagy ha a nyereséget nem kellő mértékben vagy egyáltalán nem forgatják vissza a helyi gazdaságba, adekvát fejlesztésekbe.

A WTO a fenntartható turizmus fogalmát az alábbiak szerint határozza meg:

„Az a turizmus, amely teljes mértékben figyelembe veszi a jelenlegi és jövőbeli gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat, valamint a turisták, az iparág, a környezet és a befogadó közösségek igényeit.”

A WTO fenntartható turizmussal kapcsolatos céljai között szerepel:

„Az összes erőforrás olyan kezelése, amellyel a gazdasági, társadalmi és esztétikai szükségletek kielégíthetők, miközben megmaradnak a kulturális integritás, a fő ökológiai folyamatok, a biológiai sokszínűség és az életfenntartás rendszerei.”

„A fenntarthatóság elvei vonatkoznak a turizmusfejlesztés környezeti, gazdasági és szociokulturális aspektusaira, és a fenntartható egyensúlyt meg kell teremteni e 3 dimenzió között, és garantálni kell ennek hosszú távú fenntarthatóságát.” (4)
2017 a fejlesztési célú fenntartható turizmus nemzetközi éve volt (ENSZ).
A koordinátor az ENSZ Turisztikai Világszervezete (UNWTO) volt.

Az alábbi 5 kulcsterületet jelölték ki:

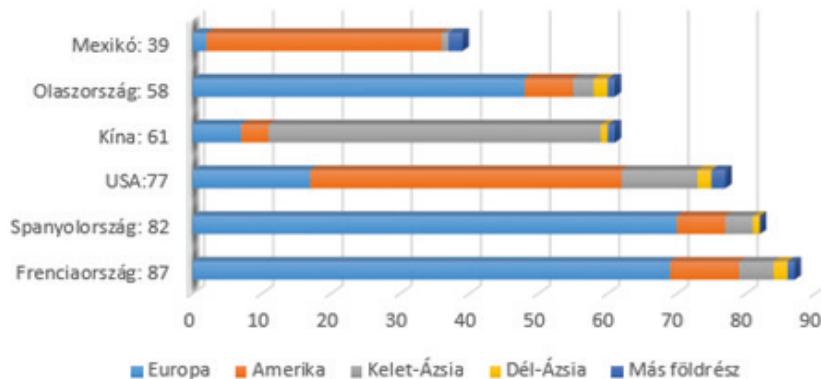
- inkluzív és fenntartható gazdasági növekedés
- széles körű társadalmi részvétel, a foglalkoztatottság növelése, a szegénység csökkentése
- erőforrás-hatékonyság, környezetvédelem és klímaváltozás
- kulturális értékek, sokszínűség és örökség
- kölcsönös megértés, béke és biztonság.

Az elmúlt években több világ- és régiós konferenciát rendeztek a fenntartható turizmus témájában. Pl. 2019. június 6. Barcelona: Facing Overtourism: Callanges to Sustainability, Tourist's Experiences & Local Communities, 2019. június 26–29. Puglia: Between Overtourism and Undertourism, 2019. október 25–26. Hokkaido: G 20 Tourism Ministers' Meeting.

Eredmények és értékelésük

A világturizmusban az ENSZ Turizmus Világszövetsége szerint 2018-ban mintegy 1,4 milliárd ember vett részt, beleszámítva a hivatalos utazásokat és az ismételt utazásokat is. Ez a szám 6%-kal nagyobb, mint a megelőző évben. Az emelkedés évről évre töretlen, és az előrejelzések szerint a jövőben is folyamatos emelkedés várható. A fogadóképeség véges, a várakozási idő a beléptetőhelyeken, múzeumokban vagy bármely turistákat kiszolgáló helyszínen (bolt, étterem, mosdó, sílift stb.) a végtelenbe nyúlik, ami időt rabló és megterheli, frusztrálja a vendéget, de a fogadóhely szakembereit és lakosait is. Az eltömegesedés, „túlturistásodás” jelensége veszélyezteti a turizmus fenntarthatóságát, a környezetünk, bolygónk épségét, a kiegyensúlyozott, minőségi turizmust is, ami végső soron leginkább a vendéglátó és vendég elégedettségével mérhető.

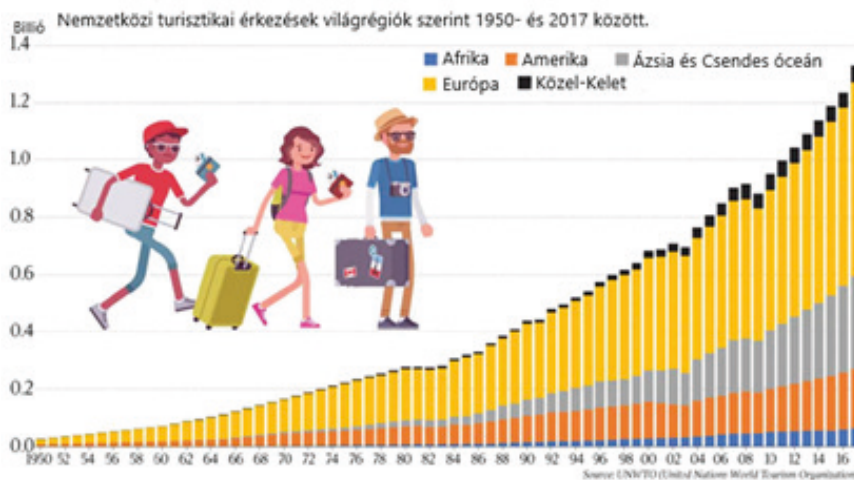
Leglátogatottabb uticélok (millió fő)



1. ábra: A leglátogatottabb desztinációk 2018-ban a küldő régiókat tekintve.

Forrás: Grafik: ORF.at; Quelle: theguardian.com/World Tourism Organisation

Az ábráról leolvasható, hogy az 5 leginkább látogatott ország közül 3 Európában van, valamint a legaktívabb küldőrégió Európa, ezt követi Amerika, sorrendben a harmadik pedig Kelet-Ázsia.



2. ábra: Turistaérkezések növekedése földrészenként 1950 és 2017 közt

Forrás: UNWTO

Az ábra szemléletesen mutatja, hogy a világturizmus 1950-től fogva egyfolytában fejlődik, az utazók száma egyenletesen emelkedik. Azonban az emelkedés kezdetben, egészen a 80-as évekig, mérsékelt, aztán egyre meredekebb. Minden ábrázolt kon-

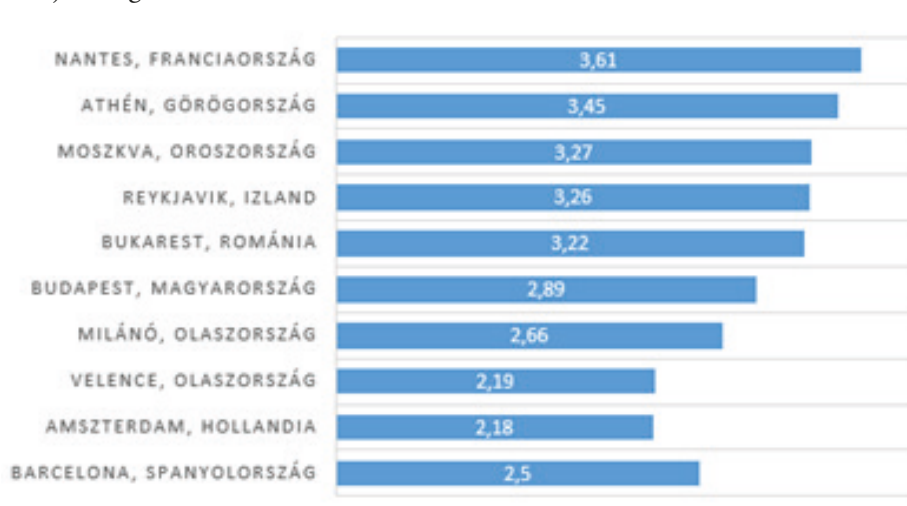
tinens esetén megfigyelhető az utazók számának az emelkedése, de legintenzívebb az európai turisták esetén. 1980-tól az ázsiai turisták számának emelkedése is jelentős.



3. ábra: A világturizmus tényleges és várható változása 1950–2030 között.

Forrás: UNWTO, Der Spiegel

1990-től figyelhető meg a turizmus dinamikus, sok tekintetben túlzott mértékű fejlődése. A 2030-ig vázolt prognózis még ennél is sokkal nagyobb arányú növekedést vetít előre. Bizonyos városok, egyéb úti célok már most is küzdenek az „overtourism” jelenségével.



4. ábra: A „túrturistasodás” által leginkább veszélyeztetett városok.

Forrás: TravelBird + Statista 2018

A 4. ábra által bemutatott európai városok közül, amelyeket különösen fenyeget a „túrturistasodás”, Budapest az 5. helyen áll a rangsorban. A város kedveltsége leginkább a sok látnivalónak, az alkalmas földrajzi fekvésnek, kultúrának, gasztronómiának és a jó légiközlekedésnek köszönhető. Az ún. „bulinegyed” turistaforgalma növekedett az elmúlt évtizedben különösen, leginkább az angol turisták érkeztek nagy számban.

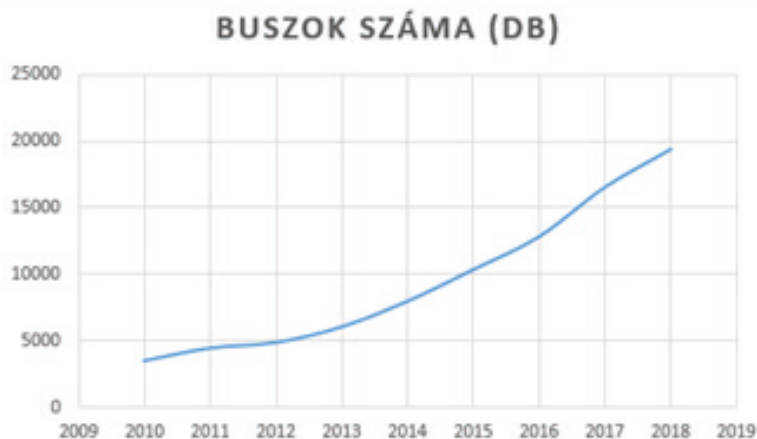
Az „overtourism” jelensége

A „túlturistasodás” („overtourism”) „olyan turistacélpontok, ahol a vendéglátók, a vendégek, a helyiek vagy a látogatók úgy érzik, túl sok a látogató, és az életminőség a környéken vagy az élmény elfogadhatatlan mértékben leromlott.” (Felelős Turizmus Partnerség) (9)

A „túlturistasodás” vonatkozhat egyaránt természeti vagy kulturális látványosságra, de akár városra is. Bizonyos városokat (akár kisvárost, mint pl. Velence, Dubrovnik, de akár nagyvárosokat is, pl. Barcelona, Amszterdam) érinthet a világ bármely pontjáról érkező turisták tömegeinek megjelenése, akik leginkább repülővel – gyakran charterjáratokkal – vagy óriási üdülőhajókkal érkeznek. Amennyiben a célpont autóztrádán is – vagy csak azon és/vagy közúton – megközelíthető, akkor az autóbuszos turizmus (is) óriási mértékben megnövekszik, pl. Hallstatt vagy Velence esetében.

A probléma akkor keletkezik, ha a helyi lakosság számához mérten irreális mértékben megnövekszik a turisták száma, és a fogadó terület nem, vagy csak nehezen, esetleg csak alacsony színvonalon tudja kiszolgálni az érkező vendégeket. Hallstatt esetében a település állandó lakosainak száma 850 fő mindösszesen, ezzel szemben majdnem évi egymillió turista érkezik. Ugyanez az arányszám Velence esetében: 55 ezer lakos – majdnem 30 millió turista/év.

Az alábbi hallstatti statisztika azt mutatja, hogy milyen mértékben nőtt a turistabuszok száma januártól decemberig az egyes években. A növekedés óriási: amíg 2010-ben 3440 busz érkezett, addig 2018-ban 19 144 volt a turistabuszok száma.



5. ábra: A Hallstattba érkező buszok száma az egyes években

Forrás: <https://www.bfhallstatt.at/themen/bustourismus-in-hallstatt/bustourismus-hallstatt-zahlen-fakten/>

Megnevezés/Év	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Január	0	0	0	0	180	256	294	544	575	643
Február	0	0	0	0	234	293	423	556	761	964
Március	0	0	18	105	309	402	561	802	1135	1256
Április	0	153	322	426	541	700	842	1155	1484	1743
Május	483	634	679	789	941	1248	1547	2024	2190	2441
Június	685	825	861	801	1104	1412	1606	2041	2434	2588
Július	609	704	707	906	1008	1330	1623	1757	2112	2174
Augusztus	652	722	792	1005	1016	1325	1502	1787	2122	2151
Szeptember	644	791	851	952	984	1261	1536	1899	2030	2159
Október	377	566	587	714	859	1125	1410	1857	2115	2316
November	0	0	0	44	342	448	703	1023	1205	1390
December	0	0	0	228	399	501	729	1050	1181	1200
Összesen	3450	4395	4817	5970	7917	10301	12776	16495	19344	

1. táblázat: Buszok száma az egyes években havi bontásban

Forrás: <https://www.bfhallstatt.at/themen/bustourismus-in-hallstatt/bustourismus-hallstatt-zahlen-fakten/>

Az 1. számú táblázatból kitűnik, hogy a folyamatos növekedés mellett a városka turistaforgalma erős szezonalitást is mutat: a legtöbb turista májustól októberig érkezik.

- Miért indul el egyre több turista?
- Anyagilag egyre többen engedhetik meg maguknak az utazást.
- Népszerű szabadidő-eltöltési formává vált az utazás. („A legjobb kikapcsolódási és élményszerzési lehetőség.”)
- Jó reklám és marketing (pl. Plitvice – „Európa legszebb nemzeti parkja”)
- Az attrakció szerepel az UNESCO-listán. (Áldás vagy átok?) Sok utazási iroda szervezi körútjait az UNESCO-listán szereplő attrakciók köré.
- Gyors és kényelmes közlekedési lehetőségek adottak. Közvetlen, gyakori és kényelmes repülőjáratok, autósztrádák, IC-vonatok.
- Technikailag magas színvonalú, gyors és kényelmes járművek: személyautók, buszok, vonatok, repülők.
- Rövidül a munkaidő, növekszik a szabadidő, több idő jut utazásra is.
- Az egészséges életmód szempontjából kiemelt tevékenységnek számít az utazás – testi, lelki, szellemi feltöltődés.
- A turisták/influenszerek által a közösségi oldalakra feltöltött úti fotók/szelfik inspirálnak („ezt nekem is látnom kell, erről én sem maradhatok le”). Ez a jelenség napjainkban nagyon gyakori és nagyon hatásos.
- Bizonyos helyszíneket játékfilmek népszerűsítenek („Klinika a pálmafák alatt”, kínai Hallstatt).
- Az emberek tudásvágya, igény a közvetlen tapasztalatszerzésre.
- Sok utazási kedvezmény: pl. early bird vagy last minute akciók, csoportos vagy kordedvezményes lehetőségek.

- A kommunikáció és információszerzés gyorsasága. Online jegyrendelés, helyfoglalás, információszerzés (leggyakrabban angol nyelven, ami napjainkban világszerte már egy második anyanyelvnek számít, tehát sokan beszélnek).
- A média napi tudósításai bizonyos kedvelt turistacélpontokról, ami felkelti a lakosság figyelmét, és elindulnak a belföldi turisták is, hogy ők se maradjanak le a látványról.
- Az „overtourism” hozadéka, árnyoldala, negatív következményei
- Környezetszennyezés. Szemetelés, feleslegessé vált holmik helyszínen hagyása.
- A közlekedési eszközök károsanyag-kibocsátásának növekedése. Hatalmas probléma a repülő és óriáshajók által kibocsátott levegő- és élővíz-szennyező káros anyagok hatása. Ez ellen különösen nehéz küzdeni, hiszen sokak számára ez nem látható, nem érzékelhető, nem mérhető, míg pl. a nagyvárosokban közlekedő autók kipufogógázait az ottlakók nap mint nap beszívják, közvetlenül megtapasztalják. Pedig pl. egy repülő egyetlen utasára számítva Magyarországról Közép-Amerikába annyi a repülőgépek károsanyag-kibocsátása mint egy közép kategóriás autónak egész évben.
- Lárma (pl. partyturisták – budapesti bulinegyed)
- Árfelhajtó hatás: emelkednek a lakásbérleti díjak, az éttermek, de még a piaci termékek árai is.
- Eltűnnek a helyi lakosok és a helyi vendégek, mivel a lárma, a zaj, a tömeg, a megemelkedett árak lehetetlenné teszik megszokott életritmusuk folytatását.
- Napi rutinná válik a sorbanállás mind a helyiek, mind a turisták részéről.
- A természeti táj átalakul utakká, repülőterekké, parkolókká, egyéb turistákat szolgáló létesítménnyé.
- A szállodák és a turisták rengeteg energiát használnak fel.
- A helyi kultúra átalakul, esetleg meg is szűnik, mivel a turisták igényei, szükségletei kerülnek előtérbe.
- Ökológiai rendszerek károsodnak (pl. nem megfelelő vagy nincs szennyvíztisztítás)
- Megszűnnek a hagyományos boltok, többnyire csak szuvenírboltok és a turistákat kiszolgáló lokálok nyílnak.
- Megjelenik a kriminalitás: zsebtolvajlás, széplányok futtatása, kábítószerelés stb.

Következtetések, javaslatok

Nagyon sok, összetett indítéka van a turizmus tömegeket érintő kibővülésének és fejlődésének. A diszkrecionális jövedelem növekedése, a technikai fejlődés (informatika, járműipar, hírközlés stb.) és a globalizáció létrehozta azt a helyzetet, hogy emberek tömegei elutazhassanak akár évente többször is, akár távolabbi tájakra is.

A gyors fejlődés pozitív hozadékai mellett megjelennek a tömegturizmus árnyoldalai is. A negatív hatások elkerülése/csökkentése érdekében a legjobb megoldás az előrelátó tervezés és a jó gyakorlat átvétele.

A fapados légitársaságok elterjedése miatt egyre több turista kel útra. 2017-ben 1,3 milliárd turista utazott világszerte az ENSZ Turisztikai Világszervezetének adatai szerint. Az idegenforgalom a világgazdaság jelentős húzóágazatává vált, a globális GDP tizedét adja.

Mivel a turizmusban nagyon sok szereplő vesz részt, roppant gazdasági haszon származik belőle akár az egyes embert, akár közösségeket, országokat tekintünk, nagyon sok érdek és ellenérdek jelenik meg az ágazatban, és ily módon a fenntartható turizmus megteremtésében, folytatásában.

Az „overtourism” és lehetséges megoldások:

- Világszerte már eddig is sok törekvés tapasztalható a fenntartható turizmus megteremtése érdekében. A cél: élvezhetőbbé tenni az utazásokat, a megbombolt egyensúlyt helyreállítani, és lehetőleg előre tervezni, és nem a már visszafordíthatatlan károsodásokat megpróbálni orvosolni.
- A helyszín teljes lezárása (pl. lascaux-i barlang, vagy az Oluru szikla: 2019. október 26-tól megtiltották (mintegy 150 év után) – első fehér megmászója 1873-ban az angol felfedező William Goose volt – az Ausztráliában található szikla megmászását, mert az az amangu bennszülöttek szent helye. A látogatók száma: az 1950-es években: pár száz, 2019-ben: több mint 400 000.
- A helyszín részleges lezárása javításra, bővítésre, fejlesztésre (pl. Inka-ösvény – 1 hónap, Feröer-szigetek – 2 nap). A Feröer-szigeteken a helyreállító, építő- és javítómunkálatokba az önkéntes turistákat is bevonják, és fizetik a 2 napi ellátásukat.
- Belépőjegy bevezetése. Pl. Amszterdamban 2019 januárjától 8 eurós belépődíjat fizetnek az egynapos turisták, Velence is tervezi az egynapos belépődíjak kivetését, 2022-től pedig az előre történő regisztrációt is.
- A belépőjegy árának (drasztikus) emelése. Pl. A comodói sárkánygyíkok védelmében 2020-tól 1000 dolláros (éves „tagsági díj”) lesz az eddigi 20 dolláros belépőjegy helyett – az ökológiai egyensúly megbombolása miatt (2008 – 44 ezer turista, 2018 – 176 ezer turista).
- Előzetes regisztrációs kötelezettség. Ezt már több helyszínen bevezették, pl. a Plitvicei-tavaknál, az Inka- ösvényen. Az előzetes regisztrációs kötelezettség általában azt is jelenti, hogy ha megtelik a napi vagy éves kvóta, akkor annál többen nem regisztrálhatnak. Az előzetes regisztrálás kötelezettségét Velence 2022-től szándékozik bevezetni. Vagy pl. a bécsi adventi vásár szombati és vasárnapi napjain csak bizonyos számú autóbust enged be a belvárosba, akiknek szükséges előzetesen regisztrálniuk.

- Napi látogatók számának korlátozása. Ez általában előzetes regisztrációs kötelezettséggel érhető el. Inka-ösvény: napi 500 fő léphet be (ebből 200 turista, 300 ellátó személyzet).
- Közlekedés racionalizálása (pl. shuttlebuszok). Pl. Luxemburg városban csak a város határáig mehetnek a turistabuszok, onnét shuttlebusz viszi a látogatókat a városközpontba. Vagy Piránban is csak a város előtt szállíthatnak ki a turistabuszok, onnét kisbuszokkal lehet a városközpontig utazni.
- Az infrastrukturális fejlesztés korlátozása. Ez első látásra furcsán hangzik, de a fenntartható turizmus feladata az, hogy ésszerű mederbe terelje a turizmust, az ne váljon parttalanná, vagyis csökkentse a gyakran már szinte invázióvá duzzadt turistaáradatot. Tehát nem építenek újabb szállodákat, parkolót és egyéb turistákat szolgáló létesítményt.
- Az oktatás, nevelés, ismeretterjesztés célirányos fejlesztése. Az iskolai oktatás és a családi nevelés fontos eleme, hogy a gyerekek megtanulják a természettel szembeni felelősségteljes viselkedés szabályait, azokat a gyakorlatban betartsák, és utazásaik során megőrizték a természeti és kulturális kincseinket.

A fenntartható turizmus megteremtése globális feladat, a világturizmus roppant méretű növekedése megköveteli a cselekvés szükségességét. Gyakori probléma az érdekek ütközése és a túl késői problémafelismerés. Számptalan csúcstalálkozó, konferencia témája az „overtourism”, azonban a feladatok kijelölése, célok, elvek meghatározásán túl nehezen halad a megoldás megtalálása, hiányzik a gyors cselekvés. Az eredmények prezentálása, a jó gyakorlat bemutatása nem olyan hangsúlyos, mint a probléma megfogalmazása. A megoldáskeresésre vannak példák bőven: pl. hasonló problémával küzdő városok fognak össze, hogy közösen dolgozzanak ki stratégiákat, keressenek megoldásokat. A turistaadó vagy belépődíj vagy parkolódíj kivetéséből vagy emeléséből befolyó összeget beforgatják a turizmusba, de oly módon, hogy az adott tevékenységgel csökkentse a turisták számát.

Az „overtourism” jelenségére mindenképpen kell találni feloldást, mert ez nemcsak a fogadóterület számára jelent mindennapi terhet, hanem maga a turista is frusztrálttá, fáradttá, elégedetlenné válik a túlekedés, várakozás, sorban állás révén.

Felhasznált irodalom

- [1.] http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/nachhaltigkeit_i_d_forstwirtschaft_1725.htm letöltve: 2019. december 01.
- [2.] <https://www.ceeweb.org/hu/eu-sd/> letöltve 2019.11.30.

- [3.] <https://felsofokon.hu/kornyezetvedelem/az-okologiai-labnyom-fogalmazasamitasa-lehetoseg-0/> letöltve: 2019. november 30.
- [4.] <https://unwto.org/sustainable-development> letöltve: 2020.01.20.
- [5.] Grafik: ORF.at; Quelle: [theguardian.com/World Tourism Organisation](http://theguardian.com/World%20Tourism%20Organisation) letöltve 2019. 11. 30.
- [6.] UNWTO letöltve 2019. 11.30.
- [7.] UNWTO, Der Spiegel letöltve 2019. 11. 30.
- [8.] TravelBird + Statista 2018 letöltve 2019. 11.30.
- [9.] https://index.hu/gazdasag/2019/04/30/a_bulinegyed_lakoi_ugy_erzik_egy_nagy_kozvece lett_a_kornyek/ letöltve: 2019.november 30.
- [10.] <https://www.bfhallstatt.at/themen/bustourismus-in-hallstatt/bustourismus-hallstatt-zahlen-fakten/> letöltve 2019. november. 30.
- [11.] <https://www.bfhallstatt.at/themen/bustourismus-in-hallstatt/bustourismus-hallstatt-zahlen-fakten/> letöltve: 2019. 12. 05.

Szerzők:

Dr. Varga Zoltán

adjunktus

Pécsi Tudományegyetem

Egészségtudományi Kar, Zalaegerszeg 8900, Landorhegyi u 33.

zoltan.varga@etk.pte.hu

Csákvári Tímea

szakoktató

Pécsi Tudományegyetem

Egészségtudományi Kar, Zalaegerszeg 8900, Landorhegyi u 33.

timea.csakvari@etk.pte.hu

FOLK CULTURE AS A TOURIST ATTRACTION IN A METROPOLITAN ENVIRONMENT

Veres, Gábor

Abstract

In the development of each destination as a tourist attraction, facilities are of primary importance, and their enhancement, as well as the building of the services and the appearance of the suprastructure are important aspects in most places. Cultural heritage as a tourist attraction is, in most cases, the property of a given region, be it built, intellectual or tangible heritage. The lecture examines how tourism can be an attractive part of the cultural heritage away from its local environment. In this case, folk culture, which successfully contributes to the tourist attraction of big cities. The presentation focuses primarily on European examples where folk culture and the organization, institution or service that represents it are organically integrated into the metropolis. Budapest is a prominent place where an ethnographic showroom was built in the Városliget at the end of the 19th century and was of great interest. There are, of course, quite different expectations for museums presenting intangible cultural heritage in the 21st century than they were in the 19th. This is also an important issue in the Hungarian capital because the construction of the new Ethnographic Museum in the Városliget is underway, and its impact on tourism is also expected by professionals. (The first author's research was supported by the grant EFOP-3.6.1-16-2016-00001 "Complex improvement of research capacities and services at Eszterhazy Karoly University".)

Keywords: *cultural tourism, tourist attraction cultural heritage, folk culture, ethnographic museum*

JEL: Z3

Folk tourism is a broadening area of tourism. As a touristic product its central element is some kind of attraction or attractiveness that grabs the attention of tourists and therefore it leads to a demand. In connection with the attractiveness, folk tourism can work the most effectively if it is built on attraction and on the touristic infrastructure making possible its uncovering, marketing. Its role can be intensified on and on if the touristic suprastructure making possible the stay and consumption of the tourist is joined to this also. We can speak about complex cultural touristic product in the case if also in the infrastructural and suprastructural services being in the centre of the product and completing the attraction representing cultural value the culture significantly appears.

It is worth examining how folk culture can become a touristic attraction. Folk tourists pay particular attention on century-old traditions, the cultural inheritance having roots in the past but existing even in these days. Folk culture comprises an inheritance of a highly broader social layer since agricultural production was significant in the Carpathian Basin until the 19th century. Embourgeoisement and industrialisation were processed slowly and later than in Western Europe. The high proportion of society consisted of peasantry working in agriculture. This feature can be an advantage in the cultural tourism for the region today, since a lot more architectural constructions and material or intellectual inheritance have remained from these layers of culture for the 21st century than in Western Europe having had the process of embourgeoisement quickly several centuries ago.

In folk culture, the inheritance of centuries has remained whose existence was provided once in local communities. After the fragmentation of the traditional communities, remembrance, traditionalism and scientific researches also contributed to their subsistence. Today it is attractive for us to have the possibility of „travelling” into the past, the inheritance of former people and community. Wherever they can provide it authentically, folk culture can become a touristic attraction. It is important and favourable by the aspect of tourism that the folk culture is complex and can be found in every area of human life. It can be described as a complexity but also, one or more elements can be emphasized which can be developed as an attraction. Processions connected to important days and showing national costumes are important as well. As for national costumes, this effect can be emphasized by folk dance using folk music of the given area. Folk gastronomy is also popular, whose taste connected to areas, celebrations, weekdays provides a supply almost inexhaustible in which all tourists can find an element attractive for each one of them.

However, the characteristic of folk culture is the limitation of the given area. Several customs of the illustrious days were practised in a wider area at the same time, for example the customs of carnival or Pentecost. However, their content shows features connected to specific areas or ethnic groups. And the same for the customs or meals belonging to a given area and not known elsewhere.

Hungarian tourism had a period before the political changeover when some well-known elements of folk culture were considered as national attraction, national image. That is how German tourists could meet with the wrangler of Hortobágy whipcracking and could taste shepherd meals typical in „the Hungarian desert” formerly. Connecting to touristic attraction, how important question is to be authentic? If a tourist accepts the concept that folk culture is the same in the case of a nation and it has elements developed well-known everywhere, than this question is secondary. In contrary to this, when certain destinations start emphasizing their features – moreover, right because of the competition for tourists’ attention – , in the market of touristic attractions of folk culture there appears a really ambiguous picture.

Several studies, researches examined cultural tourists. It is an important statement that in Europe one of the most significant motivations of touristic mobility is the culture, cultural tourists are relatively highly educated and the most of them have a job connected to the cultural sphere. If on the side of demand there are these parameters and characteristics, the supply has to adjust to this since the more educated tourists consider it more important that the attraction of the given area is authentic and typical for that region.

First successes of the folk culture in cities

The civilian, industrial society of cities is an environment where the appearance of folk culture is thought the furthest. However, the reality is that since the 19th century in several metropolises, especially in the capitals of states people turned towards folk culture. Among the firsts, perhaps we could mention Vienna where there was a world exhibition organized in 1873. Here rooms and interiors of peasants were presented as well by the exhibitors e.g. Hungary. The exhibition had around a million of attendants. One of its elements – obviously a successful one – was introducing the rural culture. Artus Hazelius (from Sweden) attended the world exhibition as well on who the peasant interiors and the fact that the audience liked them could make an impression. It was Hazelius who created a new type of museum in 1891, namely the open air ethnographic museum. This was called – by the Swedish denomination – open air museum. In this, buildings from all around the country were relocated and rearranged typically based on that given region. They chose the capital, Stockholm to establish the new type of the ethnographic show-room.

In Budapest, in the National Exhibition (1885) 15 peasant rooms were introduced, which was accepted with a great interest by the metropolitan audience. These antecedents and those attraction of the visitors and the impression on them highly contributed to

the fact that folk culture could have an important role in the monumental Millennial National Exhibition (1896, Budapest), too. The pavilion of Ottó Herman presenting ancient professions (fishing, shepherding) had a separate pavilion. Its success could be seen by the fact that these topics – with some additions, making it more spectacular – were sent to the world exhibition of Paris four years later.

It was a lot more monumental expediency to build to Millennial Village in the City Park of Budapest in 1896. As a part of the village, they built a church, a tavern and 24 peasant houses based on several areas of the country. The houses reflected also the ethnic relations of Hungary of that time period. In 12 houses they presented the folk culture of Hungarians, in the other 12 houses they presented that of ethnicities living in the country. The exhibition was open between the 2nd of May and the 3rd of November, 1896, and the sources wrote about a million of visitors here, too. In the millennial village folk products were sold as well, in the tavern of Debrecen traditional meals could be tasted. Great events took place also: visitors coming here could participate in Matyó and Bosnian weddings.

It was this exhibition which verified the most that in a metropolitan environment how big interest there exists for the topic and how well folk culture „could be sold”.

Certainly, authenticity was an important question already here, too, it is not accidental that the establishment and the direction of its development were entrusted to the Ethnographic Department of National Museum. In the jubilee exhibition of Vienna, 1898, a Hungarian tavern and Hungarian (folk) gastronomy were appeared.

The above mentioned successes of the 19th century highly contributed to the folk culture becoming a part of the thinking of the touristic supply of cities.

Folk culture in the touristic supply of cities in our days

The present paper, because of the limits of content, cannot have an aim of completely following and evaluating of the metropolitan presence of folk culture. Hence in the followings, after analysing the earlier examples of recognising touristic possibilities, effects we study the segments appearing in our days. In the cities, so also in Budapest, the highlighted events of the touristic profession are the tourism exhibitions, including a great number of national and foreigner exhibitors. A number of exhibitors draw their future guests with the attraction of folk culture. The visitors attending these exhibitions, mainly arriving from the capital, can feel the strong presence of the folk culture in the touristic supply.

The capital gives place to the introduction of folk creators regularly. In the long weekend of August, the highlight of the touristic period, for myriads visited the Celebration of Trades in Budapest. The touristic and craftsmen fairs strengthen the

touristic attraction of the city, but at the same time the countryside, the rural tourism also consider it as detached works, a luring. Although these events are returning but we can meet with them in general only occasionally, usually once a year.

However, there are segments where the constant presence of folk culture can be experienced in the cities. Folk culture is a part, a layer of the cultural inheritance so accordingly areas connected to mental, material and built inheritance can be interpreted as well. Besides occasional events, the mental inheritance appears e.g. in the constant supply of institutions providing teaching folk music, folk dance. For example, in the supply of the House of Traditions teaching for example folk dance is provided by age groups. Although in these courses foreigners participate also, because of their long and regular timing primarily people living in Budapest and its neighbourhood can be enlisted.

The presence of folk built inheritance still exists in the cities in our days but its touristic importance is changeable. We can meet such element as well where a building was preserved in its original place from the time when the rural environment was typical instead of the city and the metropolis developed around it only later. An example for this is the Dyckman farm house in New York which is the last peasant house of Manhattan. In 1784, it was in the centre of an agricultural area of hundreds of acres. In contrary to several others, it tided over the centuries and no skyscraper was built in its place. In 1916, a museum was established in the building, and since it is the last memento of a time period, it can be connected well to the package of tourists aiming to get to know New York.

Only a few similarly „lucky” building have remained in the cities, the relocated objects and those groups are said at least such typical. For example, the open air museum of Bukarest (Muzeul Național al Satului „Dimitrie Gusti”) opened in 1936. In the communist time period they talked several times about moving it somewhere but it did not happen, luckily. At time moment, the Romanian capital is a highlighted touristic object having more than half million visitors a year.

The material inheritance of the folk culture is a constant element of ethnographic museums in the touristic supply of cities. The Museum of European and Mediterranean Civilization (MuCEM) is an ethnographic museum of high attendance in Europe today. Marseille was the European Capital of Culture in 2013. In Paris before this time period the attendance of the ethnographic museum decreased continuously. Connecting to the ECOC project, this had been the first „national” institution about which they decided to move it from the capital. With a cost of 144.3 million Euro, they planned a new museum building and the topic of the planned permanent exhibition was set to a newer, wider European – Mediterranean context. In Washington, the museums of the Smithsonian Institution are among the most attended public collections of the world, their touristic role is outstanding. By the aspect of our topic, we have to highlight two museums: National Museum

of African American History & Culture which was established being encouraged by president Obama in 2016, and the National Museum of the American Indian which opened its doors in 1989 for its visitors. The ethnographic museum of Vienna opened again in 2017 after a 3 year period of reconstruction. It has a new name: Weltmuseum. It gives information about the connection of Austria and other nations of the world, as well. Besides introducing the work of the Austrian scientists studying distant cultures, the Austrian folk art has a significant space, too (1400m²). In the Ethnographic Museum of Budapest, in the permanent exhibition of the traditional culture of Hungarians we could see the material souvenirs of peasants, in connection with their life styles. Although the exhibition looked back for a past of decades with its outdated installation and presenting methods, it still had a great attendance until its closure in 2017, primarily because of its prominent collection of objects. The museum could give renewable, interesting, spectacular topics to its visitors with its temporary collections.

Examining the concept of attraction and infrastructure, we can often observe overlap. Although in the case of a museum, attendants are drawn primarily by the collections, usually the building functioning as an exhibition room is at least such exciting as the exhibition itself. The means of transport belonging to the dynamic infrastructure make possible primarily the approach of the sights of cultural tourism. For example, by the city buses you can find the main cultural attractions of a destination and their itinerary helps the spatial orientation of tourists since it shows the most important, unmissable sights for them. In the area of travel services there is also a possibility for the culture to be emphasized, for example, by using vehicles having a cultural value. For example, the open air house in Szentendre carried its visitors by special old-timer buses. The aim of suprastructural services is to fulfil the need of accepting guests, giving accommodation to them, providing for them etc. In the area of hospitality connecting to cultural tourism the restaurants, cafes, buffets of the museum have a special property – besides creating income – of partly completing the cultural experience.

A unique example of connecting culture and hospitality is creating menus having cultural feature or denominating some meals specially, even via using a cultural inheritance of a given destination or attraction. In cultural tourism, the secondary touristic suprastructure is constituted by the services of the retail sector, especially the gift shops of cultural institutions e.g. museums. In Budapest, a new building is being built for the material inheritance of folk culture. In the exhibition planned, besides the traditional Hungarian folk culture, there is an increasing aspect system of introducing the connection between the Hungarians and the world, through the work and collections of famous Hungarian travellers, researchers. The young age group gets a particular attention, a special permanent exhibition is created for them, too. Visitors primarily look for experiences and memories, the exhibits themselves do

not attract everyone. That is why the language, the way of introduction, the system of context and the possibility of enjoyment of the exhibitions are so significant. In connection with the experiences obtained there is an increasing expectation of interactivity, actively involving the consumer into the process of service – transmitting knowledge, entertaining – for example by applying means of modern technology.

References

- [1.] Dávid L. – Bujdosó Z. – Patkós Cs. (2003): A turizmus hatásai és jelentősége a területfejlesztésben. In: *A terület- és településfejlesztés alapjai*. Szerk. Süli-Zakar István, Dialóg Campus Tankönyvek, Budapest–Pécs, 433–453. pp
- [2.] Jankó J. (1989): *A millenniumi falu*. Néprajzi Múzeum tudománytörténeti kiadványsorozata. Budapest. 180 p.
- [3.] Magyar Turizmus Zrt. kutatási csoport (2009): A Magyar lakosság kulturális turizmussal kapcsolatos ismeretei, attitűdjei és utazási szokásai. In: *Turizmus Bulletin* 12. 3. 2–19 pp.
- [4.] Puczkó L. – Rácz T. (2005): *A turizmus hatásai*. Aula Kiadó. Budapest 494 p.
- [5.] Sulyok J. (2005): Kulturális turizmus az európai városokban. In: *Turizmus Bulletin* 9. 3. 18–30 pp.

Author:

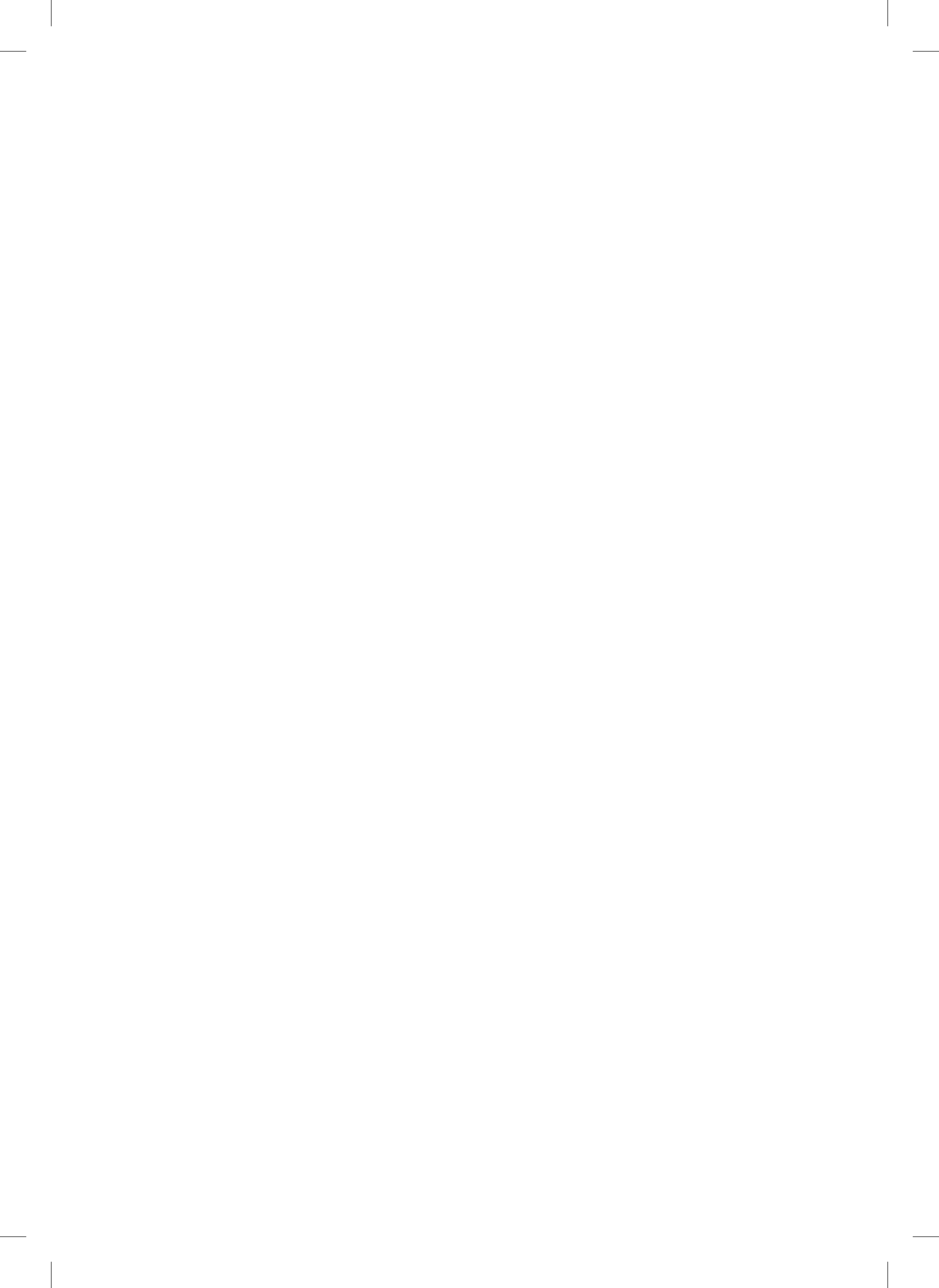
Dr Gábor Veres PhD

associate professor

Eszterházy Károly University

3300 Eger, Eszterházy tér 1

veres.gabor@uni-eszterhazy.hu



**TOURISMUS GENERIERENDE ROLLE DES LOKALEN KULTURELLEN
UND ÖKOLOGISCHEN ERBGUTES – AM BEISPIEL VON ORADEA/
NAGYVÁRAD/GROSSWARDEIN UND EGER/ERLAU**

Verók, Attila

Zwischen Oradea/Nagyvárad/Großwardein (RO) und Eger/Erlau (HU) bestand eine enge Beziehung in der Geschichte der vergangenen beinahe tausend Jahre vorwiegend hinsichtlich Kirchen-, Kultur- und Wirtschaftsgeschichte, aber auch in anderen Bereichen des alltäglichen Lebens. Diese Interdependenz änderte sich bis heute kaum, ausschließlich die Dominanz des Charakters der Verbindungen gestaltete sich um. Beide Städte und ihre Agglomerationsräume verfügen über eine reichhaltige historische Vergangenheit und natürliche Ressourcen, was als Grundlage zur Ausbeutung des lokalen kulturellen und ökologischen Erbgutes zwecks Tourismus dient. Aus der Einstellung in nationalökonomischer Hinsicht und der wesentlich verschiedenen ethnischen Umgebung ergab sich eine divergente touristische Verwendung mit Bezug auf die örtlichen Erbschaftselemente.

In diesem Beitrag werden auf komparative Weise diejenigen Faktoren vorgestellt, die durch Dissemination des Patrimoniums, das die lokalen Gemeinschaften aufrechterhält, eine belebende und generierende Wirkung auf Tourismus und Geschäftsumsatz erreichen oder erreichen können. An dieser Stelle werden auch die Fragen der sich auf die Personen der eigenen Nationalität richtenden und von der Nationalität unabhängigen Tourismusbranche bzw. das Problem der sog. „Ersitzung“ des kulturellen Erbgutes in einem Koordinatensystem von einer Mehrheit und einer Minderheit erörtert.

Schlüsselwörter: lokales Erbgut – kulturelles Erbgut – ökologisches Erbgut – Tourismus
– Oradea/Nagyvárad/Großwardein (RO) – Eger/Erlau (HU)

JEL: Z10

THE CAPABILITY OF THE CULTURAL AND ECOLOGICAL HERITAGE OF ORADEA/NAGYVÁRAD/GROSSWARDEIN AND EGER/ERLAU TO PROMOTE TOURISM

The historical, religious, cultural, and economic ties between Oradea/Nagyvárad/Großwardein (RO) and Eger/Erlau (HU) had been formed almost 1000 years ago. While throughout the centuries the main aspects of this interdependent relationship did not substantially change, the dominant forms of cooperation have undergone periodic modifications. Although both cities and their catchment area have a rich historical past and possess significant natural resources facilitating the utilization of the local cultural and ecological heritage for tourism purposes, the varying economic and business attitudes along with the significantly different ethnic composition resulted in differing ways of achieving that objective. Relying on a comparative approach, I will explore those factors that can boost tourism and generate increased revenues via the dissemination of the patrimony preserved by local communities. Special attention will be paid to ethnicity-specific tourism, that is tourism oriented to the needs of one's own ethnicity, and non-ethnicity dependent tourism along with the problem of the misappropriation of the specific heritage either on the part of the given minority or majority.

Key terms: *local heritage – cultural heritage – ecological heritage – tourism – Oradea/Nagyvárad/Großwardein (RO) – Eger/Erlau (HU)*

JEL: Z10

Einführung

In diesem Beitrag werden zwei Siedlungen im Donau-Karpatenraum, einst beides dem Königreich Ungarn gehörig (heute: Großwardein in Rumänien und Erlau in Ungarn) aus der Sicht der auszunutzenden Möglichkeiten mit Bezug auf das kulturelle Erbgut in groben Umrissen parallel dargestellt. Die beiden Städte wurden neben der Tatsache, dass der Autor in beiden Ortschaften aktiv tätig ist und die hiesigen ungarischsprachigen Universitäten seit langem miteinander zusammenarbeiten, bewusst ausgewählt, wozu die enge Verflechtung der Geschichte zweier Regionen, die durch ihre bedeutendsten Residenzstädte versinnbildlicht wird, als Grundlage angenommen worden ist. Die historische Interdependenz kristallisiert sich in vielen Phänomenen heraus, aus denen an dieser Stelle ausschließlich etliche erörtert werden. Als Methoden zur Analyse werden hier (kultur)historische und volkswirtschaftliche Ausführungen verwendet.

Historische Interdependenz

Sowohl Großwardein (ungefähr 200 000 Einwohner) als auch Erlau (beinahe 54 000 Einwohner) und ihre Umgebungen gelten seit uralten Zeiten als dicht bevölkerte Siedlungen, zwischen denen regelmäßige Beziehungen archäologisch nachweisbar sind. (Cséplő, 1901; Reiszig, 1901; Nagy, 1978; Vahot ²1985)

Die beiden Städte fungierten seit Anfang des 11. Jahrhunderts als Bischofssitze: Erlau seit etwa 1004 unter der Regierung des Königs Stefan I. (1000–1038), Komitat Bihar seit 1010, wo 1091 der zentrale Ort unter der Regierung des Königs Ladislaus I. (1077–1095) Großwardein geworden ist. Das Gebiet der Großwardeiner Diözese bildete einmal einen Teil der stattlichen Erlauer Diözese, also ihre Beziehung offenbarte sich einmal auch in Form einer gemeinsamen Kirchenverwaltung. (Bunyitay, 1883–84; Kristó, 1988)

Beide Siedlungen sind als Begräbnisstätten ungarischer Könige und Königinnen bekannt. In Großwardein sind nach dem Jahr 1113 König Ladislaus I., 1131 König Stefan II. (1116–1131), 1295 Königin Fennena, Frau des Königs Andreas III. (1290–1301), 1319 Königin Beatrix von Luxemburg, Frau des Königs Karl I. (1308–1342), 1395 Königin Maria I. (1382–1395) und 1437 König bzw. deutsch-römischer Kaiser Sigismund von Luxemburg (1387–1437) bestattet worden. Dank diesen Königstableaus steht die heute in Rumänien befindliche Stadt nach Székesfehérvár/Stuhlweißenburg (HU) auf dem zweiten Platz der bedeutendsten Begräbnisstätten, wo ungarische Herrscher und Herrscherinnen in großer Anzahl beerdigt worden sind. Dementgegen wurde in Erlau nur ein einziger ungarischer König aus dem Haus der Arpaden, namens Emerich (1196–1204) in einer der größten Domkirchen Europas in der Burg von Erlau begraben. (Hankó, ²2004)

Das kirchliche – nicht nur das katholische, sondern teilweise auch das protestantische – Erbgut hat sich während der letzten zehn Jahrhunderte zwischen Großwardein und Erlau verflochten. Zahlreiche Geistliche, Kanoniker, Äbte, bei der Kirche angestellte Künstler, Handwerkermeister usw. fanden aus Komitat Bihar kommend ihren Karrierewege in Erlau, wobei eine Gegenrichtung (aus Erlau nach Großwardein) nur selten identifiziert werden kann. (Bunyitay, 1883; Sugár, 1984; Kovács, 1987)

Die engste, unzertrennliche Beziehung zwischen den beiden Städten kann im Bereich der Kulturgeschichte aufgewiesen werden. Hier geht es u.a. um die unterschiedlichsten Wechselwirkungen von der Unterrichtsgeschichte und typographischen Tätigkeit zahlreicher Drucker über die medizinischen Praxen bedeutender Ärzte bis hin zu den dauerhaften Werken verschiedener Wissenschaftler, Künstler, Baumeister, Architekten und Kunsthistoriker. (Fraknói, 1888; Gyalókey, 1937; Szmrecsányi, 1937; Tarr, 1977; Péter, 1998; Emódi, 2010a; Emódi, 2010b; Boka – Emódi, 2016; Emódi 2017)

Die genannten Gebiete stellen nur einen Teil der weitverzweigten Beziehungen zwischen Großwardein und Erlau dar. Ich halte es hier für nicht nötig, auf jedes Detail einzugehen. Die geschilderten Beispiele zeigen schon überzeugend, dass die Interdependenz in der geschichtlichen Vergangenheit bestand und teilweise immer noch besteht. Eine kurze Anmerkung noch zum Themenkreis. Im Laufe der Geschichte ist eine gesellschaftliche Migration hinsichtlich der fokussierten geographischen Konstellation in zwei Richtungen zu beobachten, wobei die Strömung von Menschen in Richtung aus Großwardein nach Erlau, d.h. aus dem Osten nach Westen immer stärker als in Gegenrichtung war.

Touristische Anziehungskräfte

Neben der historischen Interdependenz können sowohl in der Vergangenheit als auch in der Gegenwart Attraktionen in Betracht gezogen werden, die in beiden Städten als parallel bestehende touristische Anziehungskräfte dienen konnten und können. Diese vorrangig kulturell bedingten Faktoren sind bei entsprechender Behandlung ohne Weiteres geeignet, den beiden Regionen und Ländern regionsspezifischen und gesamtwirtschaftlichen Nutzen zu erzielen.

Kirchliches Erbgut

Die von den Ungarn St.-Ladislau-Kathedrale genannte römisch-katholische Kirche in Großwardein stellt die größte Barockkirche in Rumänien dar. (Bunyitay, 1880) In Erlau steht die zweitgrößte römisch-katholische Basilika Ungarns, geweiht zu Ehren von St.-Michael- und St.-Johannes, gebaut in klassizistischem Stil. (Voit, 1934)

Beide Kirchen locken eine Vielzahl von Gläubigen, Pilgern und bautechnisch bzw. kunsthistorisch interessierten Touristen mit oder ohne Bekenntnis an.

Gebautes Erbgut – Wallfahrtsorte

Inmitten der Stadt, umgeben von neuen Einfamilien- und Blockhäusern, steht die Burg von Großwardein, gebaut im 11. Jahrhundert, ergänzt und erneut allmählich bis zum 21. Jahrhundert. (Kiss, ²1990) Auf einer Höhe über der Stadt erhebt sich die Burg von Erlau, gebaut im frühen 11. Jahrhundert, ergänzt und erneut allmählich bis zum 21. Jahrhundert. (Sugár, ³2002) Beide Burgen spielten in der Politik- und Militärgeschichte eine bedeutende Rolle. Im Falle von Erlau sticht das Jahr 1552 durch einen glorreichen Sieg gegen die Türken hervor, der den sog. "Kultus der Burg von Erlau" hervorrief. Dieser Kultus wurde jahrhundertlang am Leben erhalten und dient auch heutzutage als Grundlage zur touristischen Attraktionen in der Burg. (Petercsák, 2002) Dieser Kultus erreichte 1901 ihren Höhepunkt, als der Schriftsteller Géza Gárdonyi seinen Roman mit dem Titel *Die Sterne von Erlau (Egri csillagok)* veröffentlicht hat. Der Triumphzug des Romans dauert heute noch als Pflichtlektüre in der Grundschule für sämtliche Schülerinnen und Schüler in Ungarn. Das Buch gilt heute als einer der bekanntesten literarischen Texte Ungarns, also es verstärkt den Ruhm von Erlau immer noch und macht die Stadt zu einem der Hauptziele des Tourismus in Ungarn. Als denkwürdiges Datum in der Geschichte der Burg von Großwardein kann das Jahr 1660 erwähnt werden. In diesem Jahr haben die Türken die Burg erobert, damit entstand das letzte türkische Vilajet im Donau-Karpatenraum. (Balla – Lakatos, 2013) Beide Geschichten sind in Hinsicht auf den Tourismus Bestseller geworden: Jedes Jahr zu Sommerzeit werden sowohl in Großwardein als auch in Erlau Freilichttheaterspiele vorgeführt, wo auf der einen Bühne die siegreiche, auf der anderen Bühne aber die trübe Geschichte vor breitem Publikum mit großem Erfolg wieder lebendig gemacht wird.

Die oben erwähnten Anziehungskräfte wie Kathedralen und Burgen können auch eine Rolle als Wallfahrtsorte spielen. Die königlichen Begräbnisstätten, der Kultus bezüglich der römisch-katholischen und der protestantischen Oberhirten in Großwardein (Fleisz, 2003) und der Kultus bezüglich der römisch-katholischen Bischöfe und Erzbischöfe in Erlau (Löffler,²2002), ferner die historischen Gedänkstätten im Zusammenhang mit den Burgen können in profanem und/oder sakralem Sinne wirtschaftlich und kulturell ausgenutzt werden.

Zu diesem Punkt gehört noch die Frage des gebauten Erbgutes der Innenstädte. Beide Städten haben seit ihren Anfängen eine multikulturelle Bevölkerung, was eine zusammengesetzte, historische Architektur und "Baustilkavalkade" voraussetzt. In Erlau stechen Barock (Gebäude in der Innenstadt, Minoritenkirche auf dem Hauptplatz), Zopfstil (Lyzeum, d.h. das historische Gebäude der Universität) und Klassizismus (Basilika) ins Auge, während in Großwardein der Jugendstil (Hauptstraße,

Bemerplatz, Schwarzadler-Palast, Justizpalast) dominiert. (Haris – Somorjay – Bardoly, 2005) In der rumänischen Stadt herrschte eine starke bürgerliche Kultur zur Zeit der österreichisch-ungarischen Monarchie und hinterließ gebaute Monumente des christlich-jüdischen Großbürgertums, der rumänischen Nationalarchitektur und der byzantinisch-orthodoxen Kirchenkultur (vor etwa hundert Jahren). (Dukrét – Péter, 2016) Im Gegenteil dazu können die Spuren einer bürgerlichen Architektur der Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert in Erlau kaum entdeckt werden.

In den letzten Jahrzehnten können im Fall beider Städte von einer “Renaissance” der Innenstädte reden. Die Rekonstruktionsvorhaben lösten überall heftige Diskussionen und/oder Proteste von der Seite der Stadtbevölkerung aus, die in Großwardein auch mit einem Streit zwischen den rumänischen und den ungarischen Nationalitäten verbunden waren und sind. In Erlau entstanden funktionale öffentliche Räume und Plätze in der letzten Zeit dank der Neuplanung der Innenstadt, was eine starke Anziehungskraft auf den Tourismus ausübt. Im Fall von Großwardein kann von einer gleichen Erscheinung, abgesehen vom Hauptplatz, kaum die Rede sein.

Beide Städte verfügen über ein kommunistisch-sozialistisches, gebautes Erbgut, das in Hinsicht auf Tourismus auch auszunutzen scheint. Es gibt aber einen großen Unterschied zwischen der rumänischen und der ungarischen gebauten Wirklichkeit. In Großwardein herrscht überall eine Plattenbauwüste von der Innenstadt bis hin zu den Vororten und kann eine allgemeine und strategische Absicht zur Homogenisierung von Wohngebäuden erfahren werden. In Erlau findet man Blockhäuser und Plattenbauwohnungen nur in geringerer Anzahl und ausschließlich in den Vorstädten, in der historischen Innenstadt nicht, und hier kann man von keinem Homogenisierungsprozess reden.

Literarische Tradition

Ein Teil der Gäste, die die Städte besuchen, interessiert sich für die literarische Kulturtradition, die in beiden Siedlungen sehr stark gegenwärtig ist. Die Namen von Endre Ady (1877–1919), Gyula Krúdy (1878–1933), Gyula Juhász (1883–1937) und Géza Tabéry (1890–1958) verknüpfen sich eindeutig mit dem ehemaligen pulsierenden Kulturleben von Großwardein, dem “Paris am Ufer der Kreisch” (Ady). (Pomogáts, 2013) Unter den namhaftesten Vertretern der Belletristik in Erlau, “im ungarischen Athen” (Imre Madách) sind Géza Gárdonyi (1863–1922) und Sándor Bródy (1863–1924) zu nennen. (Hovanyecz, 2005) Der oben erwähnte Roman von Gárdonyi im Zusammenhang mit der Burg und das Gárdonyi-Haus locken jedes Jahr zehntausende von Besuchern an.

Sowohl in Großwardein (Szigligeti-Theater) als auch in Eger (Gárdonyi-Theater, Harlekin Puppentheater) bieten berühmte Theater hochqualitative kulturelle Programme und zu Sommerzeiten erwarten auch Freilichtbühnen ihre Zuschauer.

Badekultur

Dank der günstigen geographischen Lage kann man im Fall beider Städte und Umgebung von einem bedeutenden und entwickelten Badewesen reden. Das Baden in kaltem, aber vor allem in warmem Wasser dient heutzutage in erster Linie nicht mehr der Reinigung, sondern vielmehr der Förderung der Gesundheit und des Wohlbefindens. Zur Badekultur gehören auch die Schwimmbäder, die hauptsächlich zu Sportzwecken dienen. Was das dichte Vorkommen der Heilbäder anbelangt, steht Erlau am ersten Platz gegenüber Großwardein. In Erlau gibt es zwei Schwimmbäder (nach Aladár Bitskey und István Bárány benannt), zwei Freibäder (Stadtstrand mit Thermalbad, türkisches Bad aus dem 17. Jahrhundert) und vier Badeorte in unmittelbarer Nähe der Stadt (Bogács, Demjén, Egerszalók, Mezökövesd). (Bede, 2014) Großwardein verfügt über einen Aquapark (Nymphaea) und zwei Thermalbäder (Felix-Bad und Bischofsbad) in der Agglomeration. (Péter, 2009) Durch die Wellness-Abteilungen der Hotels kann das Angebot an Badekultur noch größer und abwechslungsreicher sein, aber diese Erholungsmöglichkeiten wurden hier nicht in Betracht gezogen.

Wein- und Gastrokultur

Nach der politischen Wende (1989) begannen sich Weinbau und Weinproduktion in Richtung Qualität statt Quantität zu entwickeln. Beide ehemaligen sozialistischen Länder hatten in diesem Bereich viel zu tun und nachzuholen. Die Grundfläche des Biharers Teils der Weinregion Érmellék beträgt etwa 250 Hektar (Produktionszentrum Bihardiószeg/Diosig). Die berühmteste Weinsorte heißt hier Bakator (Weißwein). (Duka, 2005; Fazekas, 2020) Über ein wesentlich größeres Anbaugelände verfügt die Weinregion Erlau: Die ganze Weinregion hat eine Gesamtfläche von 22 160 Hektar, aber davon wird nur ein Teil von etwa 8000 Hektar bewirtschaftet (Produktionszentrum Erlau). Die beiden Weinsorten, die zur Zeit in größter Menge verkauft werden, sind wie folgt Erlauer Stierblut (Egri bikavér – Rotwein) und Erlauer Stern (Egri csillag – Weißwein). (Gál – Gál, 2014) Das Brand verknüpft sich sehr bewusst mit der historischen und literarischen Tradition (vgl. oben: militärischer Sieg der Ungarn gegen die Türken im Jahr 1552 und der berühmte Roman von Gárdonyi). Einen ähnlichen Image-Bauprozess kann im Fall des Weines Bakator auf der rumänischen Seite nicht identifiziert werden.

Seit der Wende verfahren die Winzerinnen und Winzer in Erlau bewusst: Immer mehr Berufsveranstaltungen werden organisiert, wo u.a. Hauptthemen wie Weintechnologie und Weinkultur diskutiert werden. Neben theoretischen Ausführungen spielen im Wirtschaftsleben der Stadt auch die populären Veranstaltungen eine große Rolle, wo die Sinnesorgane im Spiel sind (Weinfestivals, Weinbälle, massenhaftes und öffentliches Verschenken von Wein statt herkömmlichen Weinproben usw.). Diese Programme wiederholen sich regelmäßig

in bestimmten Zeitpunkten des Jahres, sie können also in Familienkalendern aufgenommen und rechtzeitig geplant werden. Seit der Jahrtausendwende werden Weinveranstaltungen immer mehr mit kulinarischen Begleitprogrammen ergänzt. Die größte Tandemveranstaltung für Wein- und Gastrokultur in Erlau (Egri Bikavér Ünnepe = Fest des Erlauer Stierbluts) findet jedes Jahr in der zweiten Juliwoche statt. In der Region Partium und in Großwardein spielen sich solche Veranstaltungen meistens noch ohne Tradition ab, aber einige Tendenzen oder die Absicht zur Traditionsgründung scheinen schon ab und zu wahrzunehmen.

Lebendige Tradition

Touristen anlockend können auch die überlieferten Gebräuche und die anschließenden kulturellen Programme wirken. Die Elemente der lebendigen Tradition sind immer stark an Lokalpatriotismus angefesselt. Die Zuneigung zum historischen Sittensystem der eigenen Stadt Erlau erscheint in der Aufbewahrung und Weitergabe der sog. Viertelmeisterwürde (*fertálymesterség*) in dominanter Weise. Diese frühere Funktion und heutige Tradition lebt seit mehr als dreihundert Jahren – parallel zu anderen europäischen Siedlungen, wo deutschsprachige Bürger wohnten – in der ungarischen Stadt weiter. Das Amt der Viertelmeister wurde spätestens im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts überall in Europa eingestellt, aber in Erlau funktionierte es bis 1950 weiter. Nach einer Zäsur zwischen 1950 und 1995 wurde es als traditionspflegerische Bewegung wieder ins Leben gerufen. Heute leben etwa vierhundert emeritierte Viertelmeister in Erlau und bilden die Mitgliedschaft der größten Zivilorganisation der Stadt. (Petercsák, 2014) Sie vertreten sich an allen städtischen Veranstaltungen konsequent. Ihre Programme sind bei den Stadtbewohnern und den Touristen sehr attraktiv. Hier geht es um einen sich seit dreihundert Jahren organisch entwickelnden Lokalpatriotismus, was als ganz eigenartig gilt.

Das lokalpatriotische Gefühl der Rumänienungarn, das sich im Rahmen der Kulturwochen des sog. *Festum Varadinum* (Mai) und der St.-Ladislau-Tage (Juni) zeigt, findet in der mittelalterlichen Geschichte von Großwardein ihre Wurzeln, aber die Veranstaltungen wurden erst – nach einer Zäsur von 50 Jahren – 1992 (FV) bzw. – als Neugründung – 2013 (SLT) ins Leben gerufen. (Jósa, 2009) Die rumänische Bevölkerung der Stadt schloss sich den Veranstaltungen des *Festum Varadinum* ziemlich spät an, jedoch mit eigenem Lokalpatriotismus von einem ganz anderen Charakter, der seine Anfänge in der Epoche zwischen den beiden Weltkriegen findet und ist stark vom Nationalismus geprägt. Als Folge der scharf abweichenden Geschichtsauffassungen beider Nationalitäten kann die nationalistisch gesinnte Praxis der “Raumverwendung” bzw. die der “Platzeinnahme” oder “Platzbesetzung” öffentlicher Räume genannt werden. Der Unterschied der ethnisch-kulturellen Identitäten äußert sich auch im neuen rumänischen Kulturfest “Großwardeiner Herbst” (*Oradea Festifall*), das sich in das lokale kulturelle Leben ziemlich schnell einfügte. (Kormányos, 2019)

Die oft gar nicht harmlosen Auseinandersetzungen zwischen Rumänen und Ungarn im Rahmen der kulturellen Veranstaltungen wirft eine wichtige Frage des Rechts zum Kulturerbe auf. Abgesehen von den "allgemeinen", täglichen Feindseligkeiten der Nationalitäten scheint das Phänomen der sog. „Ersitzung“ des kulturellen Erbgutes immer konkreter zu sein. Das bedeutet ganz einfach, dass das kulturelle Erbe der Ungarn vom die Mehrheit bildenden Rumänentum ersitzt oder enteignet wird. Die ethnische-sprachliche Minderheit der Ungarn erstrebt demgegenüber standhaft, ihre nationale und lokale Kultur, ihr örtliches Erbgut darzustellen, weil all das als Kraft für die Aufrechterhaltung ihrer Gemeinschaft betrachtet wird. Diese Auffassung hat immerhin eine Vorgeschichte in der protestantischen Weltanschauung im Osten des Donau-Karpatenraumes, die sich vom orthodoxen Bekenntnis von byzantinischem Ritus grundsätzlich unterscheidet.

Fragezeichen in der touristischen Strategie und dem Destinationsmanagement

Im vorliegenden Beitrag wurden Verwendungsstrategien für das kulturelle Erbgut kurz geschildert, die in zwei, sich geschichtlich parallel entwickelnden Städten in Rumänien und Ungarn zur Geltung kommen oder gebracht werden sollten. Anhand dessen sollten einige Dilemmas erwähnt werden.

Erstens: Was wäre eine gute Strategie bei der Planung des Destinationsmanagements, um die Kultur zugänglich und nutzbringend zu machen? Müssten Lokalpatriotismus oder Universalismus in den Vordergrund gestellt werden?

Zweitens: Locken die Elemente des örtlichen oder des nationalen kulturellen Erbgutes mehr Touristen in die Region an? Sollte eventuell versucht werden, die eigene Kultur unter dem prestigeträchtigen Titel des Weltkulturerbes anerkennen zu lassen, um daraus einen möglichst hohen Geschäftsgewinn zu ziehen?

Drittens: Was bringt mehr Nutzen für die Region, die Förderung der kulturellen Autonomie oder die Popularisierung des Kosmopolitismus? Diesbezüglich eine kurze Anmerkung zur kulturellen Lage der Rumänienungarn in Großwardein: Sie bekamen nach 1989 eine kulturelle Autonomie. Sie konnten ihre kirchlichen und weltlichen Unterrichts- bzw. kulturelle und Pressesysteme (Szigligeti-Theater, Bunyitay-Bibliothek, Ernő-Tibor-Galerie, Christliche Universität "Partium" usw.) wieder beleben und öffentliche kulturelle Veranstaltungen organisieren, die das Rumänentum allmählich zu ersitzen scheint. In Erlau existiert diese Situation in einem vorrangig ungarischen Milieu selbstverständlich nicht.

Viertens: Was wäre günstiger? Den Tourismus auf die Personen der eigenen Nationalität zu richten oder die von der Nationalität unabhängigen Tourismusbranche

zu verstärken? Im ersten Fall kommen die Elemente des eigenen, lokalen, geistig-kulturellen und gebauten Erbgutes zu Wort, im anderen Fall sollten Gastro-, Wein-, Heil-, Gesundheits-, Wellness-, Einkaufs- und Konferenztourismus usw. gefördert werden. Der Religionstourismus kann eine überbrückende Rolle in diesem Problemfeld spielen.

Fünftens: Braucht man in der Strategie ein einfaches Portfolio oder ein komplexes touristisches Angebot? Jede historische Epoche hat ihre Spuren in den Städten, auf den öffentlichen und privaten Gebäuden, in der Siedlungsstruktur (Anordnung der Straßen und Plätze), in den Kirchen und hoffentlich auch in den Köpfen der dort lebenden Menschen hinterlassen.

Fazit

Aus den fünf Punkten zeichnen sich eine weitverzweigte Geschichte und eine zusammengesetzte Vergangenheit ab, was auf den ersten Blick ein komplexes touristisches Angebot darstellt. Das Portfolio und die Stichwörter in den Werbungen sollten aber ganz einfach und unkompliziert sein. Die Touristen können nämlich nur mit Hilfe von klaren, eindeutigen und wenigen Schlagwörtern wie z.B. Kultus, lebendige Tradition, Wein- und Gastrokultur, Badekultur u. dgl. mobilisiert und in die Region gelockt werden! Das dichte, übertriebene Portfolio kann auf die Touristen in den meisten Fällen abstoßend wirken. Eine Komplexität der Programme oder Attraktionen kann man immer vor Ort, wenn die Besucher schon da sind, anbieten.

Zum Schluss kann festgestellt werden, dass die kulturellen und ökologischen Erbgüter ausschließlich in dem Fall einen wirtschaftlichen Nutzen bringen können, wenn sie wirklich genutzt sind. Und die Nutzung sollte durch sämtliche Gesellschaftschichten der Bevölkerung und alle Nationalitäten auf Grund der Parität geschehen. Dieses gemeinsame Nutzen von Kulturgütern kann selbstverständlich nicht nur in Hinsicht auf die Nationalität verwirklicht werden, sondern es kann auch auf geographischen Grundlagen ruhen. Es wäre sehr nützlich, für beide Destinationen gleichzeitig eine Imagewerbung durchzuführen und die Besucher der einen Region in die andere Destination umzuleiten, indem ihr Interesse und Augenmerk auf die Kulturgüter der anderen potentiellen, attraktiven touristischen Zielpunkte gelenkt werden. So würde die historische Interdependenz in Form einer gegenseitigen Abhängigkeit in der Gegenwart wieder lebendig.

Hivatkozott források

- [1.] Cséplő P. (1901): Bihar vármegye és Nagyvárad őskora. In: Borovszky S. (Hg.): *Bihar vármegye és Nagyvárad*. Budapest, "Apolló" Irodalmi Társaság, S. 444–454. (Magyarország vármegyéi és városai); Reiszig E.: Bihar vármegye története. A legrégebb időktől a Mohácsi vészig. In: Borovszky S. (Hg.): *Bihar vármegye és Nagyvárad*. Budapest, "Apolló" Irodalmi Társaság, S. 454–485. (Magyarország vármegyéi és városai); Nagy J. (1978): *Eger története*. Budapest, Gondolat, S. 9–14.; Vahot I. (1985): Eger története a legrégebb időktől az 1551-ki ostromig. In: Kubinyi F. – Vahot I. (Hg.): *Magyarország és Erdély képekben*. Bde 3–4. Budapest, ÁVK, S. 1–6.
- [2.] Bunyitay V. (1883): *A váradi püspökség története*. Bd. I. Nagyvárad, Római Katolikus Egyházmegye, S. 29–44.; Kristó Gy. (1988): *A vármegyék kialakulása Magyarországon*. Budapest, Magvető, S. 474–482.
- [3.] Hankó I. (2004): *Királyaink tömegsírban. A Magyar királysírok sorsa Géza fejedelemtől Szapolyai Jánosig*. Budapest, Magyar Ház, verstreut.
- [4.] Bunyitay V. (1883): *A váradi püspökség története*. Bd. I. Nagyvárad, Római Katolikus Egyházmegye, verstreut; Sugár I. (1984): *Az egri püspökök története*. Budapest, Szent István Társulat, verstreut; Kovács B. (1987): *Az egri egyházmegye története 1596-ig*. Eger, Egri Főegyházmegyei Érseki Iroda, verstreut.
- [5.] Fraknoi V. (1888): *Ipolyi Arnold emlékezete*. Budapest, Hornyánszky Ny.; Gyalóka J. (1937): Olasz várépítők Magyarországon a XVI–XVII. században. In: *Magyar Szemle*, 30. Jg., Nr. 5–8., S. 288–296.; Szmrecsányi M. (1937): *Eger művészetéről. Tanulmányok és jegyzetek a hazai barokk történetéhez*. Budapest, Stephaneum; Tarr I. (1977): Iskola és művelődés a középkori Nagyváradon. In: *Művelődés*, 30. Jg., Nr. 2., S. 28–30., Nr. 3., S. 19–21., 51–53., Nr. 6., S. 17–19., Nr. 7., S. 42–44.; Péter I. Z. (1998): *Nagyvárad építészeti emlékei a barokktól a szecesszióig*. Nagyvárad, Convex; Emödi A. (2010a): *Nagyvárad város lakossága és archontológiája a 18. században (1713–1785)*. Nagyvárad, Varadinum Script. (Miscellanea Historica Varadiensia; 2); Emödi A. (2010b): Adatok Nagyvárad 18–19. századi patika- és kórháztörténetéhez. In: *Erdélyi Múzeum*, 72. Jg., Nr. 3–4., S. 163–184.; Boka L. – Emödi A. (Hg.) (2016): *Tipográfia régtől fogva. A nagyváradi nyomdászat 450 éves története*. Budapest, Országos Széchényi Könyvtár, Argumentum Kiadó; Emödi A. (2017): Még egyszer a nagyváradi patikák kezdeteiről. In: *Kaleidoscope*, 8. Jg., Nr. 14., S. 149–162., letzter Zugriff: 6. Mai 2020, Quelle: <http://www.kaleidoscopehistory.hu/index.php?subpage=cikk&cikkid=329>

- [6.] Bunyitay V. (1880): *A nagyvárad latin szertartású székesegyház*. Nagyvárad, Római Katolikus Egyházmegye; heute mit eigener Denkmalschutz-Homepage: <http://lexikon.adatbank.transindex.ro/muemlek.php?id=264>, letzter Zugriff: 6. Mai 2020
- [7.] Voit P. (1934): *Az egri főszékesegyház*. Eger, Egri Keresztény Sajtószövetkezet Könyvkereskedés; heute mit eigener Homepage: <http://www.eger-bazilika.plebania.hu/>, letzter Zugriff: 6. Mai 2020
- [8.] Kiss G. (21990): *Erdélyi várak, várkastélyok*. Budapest, Panoráma, S. 63–73.
- [9.] Sugár I. (32002): *Az egri vár históriája*. Budapest, Zrínyi.
- [10.] Petercsák T. (2002): Az egri vár kultusza. In: *Honismeret*, 30. Jg., Nr. 5., S. 7–14., letzter Zugriff: 6. Mai 2020, Quelle: https://epa.oszk.hu/03000/03018/00170/pdf/EPA03018_honismeret_2002_05_007-014.pdf
- [11.] Balla T. – Lakatos A. (Hg.) (2013): *“Várad várának, az pogány török által megh szállásarul...” Szalárdi János emlékirata Várad 1660. évi veszedelméről*. Budapest, Nagyvárad, Országos Széchényi Könyvtár, Partium Kiadó.
- [12.] Fleisz J. (2003): *Nagyvárad tudós püspökei*. Nagyvárad, Partiumi és Bánsági Műemlékvédő és Emlékhely Bizottság, Királyhágómelléki Református Egyházkerület, Nagyvárad Római Katolikus Püspökség.
- [13.] Löffler E. (22002): *Két és fél évszázad az egri püspökök és érsekek történetéből, 1699–1943*. Eger, Érseki Gyűjteményi Központ.
- [14.] Haris A. – Somorjay S. – Bardoly I. (Hg.) (2005): *Magyarország műemlékjegyzéke – Heves megye*. Budapest, Kulturális Örökségvédelmi Hivatal.
- [15.] Dukrét G. – Péter I. Z. (2016): *Nagyvárad és Bihar megye épített öröksége*. Nagyvárad, Partiumi és Bánsági Műemlékvédő és Emlékhely Társaság.
- [16.] Pomogáts B. (2013): *Kis nagyvárad magyar irodalomtörténet*. Erschienen am 28. Februar 2013. Letzter Zugriff: 6. Mai 2020, Quelle: <http://www.varad.ro/kis-nagyvaradi-magyar-irodalomtortenet/>
- [17.] Hovanyecz L. (2005): *Eger két írócsillaga: Bródy Sándor és Gárdonyi Géza*. Eger, Eger Város Önkormányzata.
- [18.] Bede B. (2014): *Gyógyfürdők és gyógyszállók Magyarországon*. Budapest, Corvina, anschließende Teile.
- [19.] Péter I. Z. (2009): A Nagyvárad melletti termálfürdők rövid története. In: *Korunk*, 20. Jg., Nr. 8., letzter Zugriff: 6. Mai 2020, Quelle: <https://epa.oszk.hu/00400/00458/00152/index4c0d.html>

- [20.] Duka I. L. (2005): Érmelléki szőlőkultúra, borászat. In: Veliky J. (Hg.): Érmellék. Egy kistérség rekonstrukciója. Debrecen, Hatvani István Szakkollégium, S. 115–126., letzter Zugriff: 6. Mai 2020, Quelle: <http://biharkutatas.hu/wp-content/uploads/2012/01/em104.pdf>; Fazekas M.-F. (2020): *Az érmelléki szőlészet és borászat*. Erschienen am 11. Januar 2020, letzter Zugriff: 6. Mai 2020, Quelle: <http://mnyknt.hu/2020/01/11/az-ermelleki-szoleszet-es-boraszat/>
- [21.] Gál L. – Gál T. (2014): *Az egri bor – Bikavértől a Csillagig*. Eger, Líceum Kiadó.
- [22.] Petercsák T. (2014): *A fertálymesterség. Egy hagyományörző tisztség Egerben*. Budapest, Eger, Kossuth, Líceum Kiadó. (Kulturális örökség; 5)
- [23.] Jósa P. (2009): Árpádházi királyok kései találkozója Nagyváradon. Az 1942-es Szent László ünnepi hét krónikája. Nagyvárad, Hatvannégy Vármegye Ifjúsági Mozgalom.
- [24.] Kormányos L. (2019): *Nagyvárad krónikája*. Nagyvárad, Varadinum Alapítvány, verstreut. Das stattliche Buch gibt im Allgemeinen wissenswerte Informationen zu jedem Themenkreis, der in diesem Beitrag mit Bezug zu Großwardein erwähnt worden sind.

**Die Forschung wurde im Rahmen des Projektes EFOP-3.6.1-16-2016-00001 „Komplexe Entwicklung der Forschungskapazitäten und -dienstleistungen an der Károly-Eszterházy-Universität“ gefördert.*

Dr. habil Attila Verók

Lehrstuhlleitender Universitätsdozent
Károly-Eszterházy-Universität (Eger)
Institut für Geschichtswissenschaft
Lehrstuhl für kulturelles Erbe und Kulturgeschichte
verok.attila@uni-eszterhazy.hu
und
Universitätsdozent
Christliche Universität “Partium” (Oradea)
Lehrstuhl für ungarische Sprache und Literatur
verok.attila@partium.ro



THE SOCIAL PROTECTION SYSTEM IN POST-SOVIET ARMENIA: MAIN ISSUES AND POSSIBLE SOLUTIONS

Yarmaloyan, Marine

Abstract

The article presents the main problems impeding the formation of effective functioning social protection system in RA. The possible solutions to those problems are suggested as well.

Keywords: *social protection, social protection system, social protection concept, social protection object, social protection subject, social reform.*

Introduction

A social protection system that ensures the safe existence of a population, preventing social risks and their consequences¹, is an essential link in the institutional social mechanism in most developed country in the world. An independent Armenia inherited from the Soviet Armenia only certain elements of the protectionist social system that is now extinct. This system was based on a social-democratic model that was financed by a residual principle. In the first decades of independence the new social protection system was built dynamically and spontaneously, responding to the needs of a sharply increased number of socially unprotected people. Aside from transitioning from the Soviet system of social care, independent Armenia was challenged by economic crisis, ecological disaster, and war.

The term “social protection” began to be applied in the Armenian context after the ratification of the European Social Charter (revised)², outlining a transition to a European model of social protection. In practice, this transition did not occur fast enough, primarily because Armenia was not in a hurry to ratify articles within the European Social Charter (revised) that could ensure the implementation of the European system of social protection.

1 Yemtsov R., Honorati M., Evans B., Sajaia Z., Lokshin M., Measuring the Effectiveness of Social Protection Concepts and Applications, International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2018.

2 This Charter was ratified by the Republic of Armenia in 2004. The procedure for ratification of the Charter provides the compulsory minimum number of Articles and the timetable for expansion of obligations. Overall, RA has ratified 13 Articles and 18 points of the Charter.

Overall, Armenia has ratified 13 Articles and 18 points of the Charter³. According to the Articles of the Revised European Social Charter, the obligations are:

- Article 1 – The right to work;
- Article 2 – The right to just conditions of work;
- Article 5 – The right to organize;
- Article 7 – The right of children and young persons to protection;
- Article 8 – The right of employed women to protection of maternity;
- Article 17 – The right of children and young persons to social, legal and economic protection;
- Article 18 – The right to engage in a gainful occupation in the territory of other Parties;
- Article 19 – The right of migrant workers and their families to protection and assistance;
- Article 20 – The right to equal opportunities and equal treatment in matters of employment and occupation without discrimination on the grounds of sex;
- Article 22 – The right to take part in the determination and improvement of the working conditions and working environment;
- Article 27 – The right of workers with family responsibilities to equal opportunities and treatment;
- Article 28 – the right of workers' representatives to protection in the undertaking and facilities to be accorded to them.

The titles of the mentioned articles indicate the social issues in which Armenia has international obligations. Apart from these Articles and the rights stipulated in them and mechanisms for their realization. It is important to mention that the country has ratified separate paragraphs of several articles. The ratification of the paragraphs means that Armenia cannot assume the full realization of the rights stipulated in those articles in this phase, but is taking steps towards partially ensuring those rights.

Thus, the ratification did not lead to a change in social protection in practice. Armenia continued to implement unsystematic social protection measures through separate social protection mechanisms, including social assistance and social insurance. At the same time, the growing social need for social protection and the urgency of pressing social problems stimulated the reform of the existing social protection mechanism. History of social reforms shows that it also did not take place systematically through models and principles that fertilize social actions aimed at social protection. In fact, non-systematic reformation in the sphere of social protection introduced principles and nodal schemes of the liberal model of social protection,

3 Acceptance of provisions of the Revised European Social Charter (1996) www.coe.int/t/dghl/monitoring/socialcharter/Presentation/ProvisionTableRevOct2011.pdf

based in the Armenian reality, leading to an eclectic model of social protection. The process of forming an effectively functioning social protection system is incomplete. One of the main reasons for its ineffectiveness is the uncertainty of the ideological basis of existing social protection system. In the current practice of social protection in Armenia different ideological concepts can be found, such as state paternalism, liberal, neoliberal, human-rights-based concepts.

The other reason for the ineffectiveness of current social protection system in Armenia is the fact that the state is the main subject of social protection until now. Social protection in Armenia is administered by the Ministry of Labor and Social Issues (MLSI) that is responsible for policy-making and implementation in all branches of the labor and social protection system except health care.

The functions of the state system of social protection are clearly defined, based on which, corresponding programs are provided for vulnerable population groups. These programs include: state social assistance programs, social security programs, social protection programs, state social insurance programs, employment programs, a system of allowances. In general, the social protection system in Armenia can be divided into social insurance and social assistance⁴.

The Family Benefit program is the most important social assistance program in terms of coverage, resources and poverty impact. The Family Benefit system is based on the vulnerability assessment of families registered in the system by applying the self-identification principle⁵. The eligibility of a family registered in the system to receive benefits is determined on the basis of the assessed vulnerability score for that family. The score is calculated according to a regulation accepted by the Government in December 2005. According to that regulation, a complex criteria (e.g., social status of each family member, number of members, inability to work, settlement and living conditions, and average monthly family income) is used to estimate the eligibility of families to receive the family benefit. Each criterion has its value, with the sum of those values comprising the score of family insecurity. The higher the score, the more insecure the family.

The system of Social insurance in Armenia covers several basic programs which are being financed from the state budget. According to the law, the following kinds of pensions and benefits are established: work pensions, military pensions, social

4 Armenia: social protection and social inclusion country report European commission directorate-general for employment, social affairs and inclusion, 2011, p. 7.

5 Publications 2009, 2010 and 2011; Social Situation of RA in 2008, 2009 and 2010 (in Armenian) Number of Beneficiaries and Average Sizes of Benefits; Publications 2010, Social Snapshot and Poverty in Armenia, 2010; Armenia: Non-income Dimensions of Poverty; Armenia: Global Economic Crisis and Poverty Profile; Labor Market Development in 2008-2009 6 Caucasus Research Resource Centers–Armenia Eurasia Partnership Found.

pensions, honor benefits to War Veterans and National Honor Title holders, financial benefits to military servants and Genocide survivors, temporary inability benefits such as pregnancy and other benefits, and funeral benefits⁶.

In fact, the main subjects of social protection of the population (the actors) are not legislatively separated, as well as the scope of responsibilities and powers of each subject.

Besides, the provision of forms of social protection of the population is not regulated by the legislation. There are not developed effective mechanisms of social protection. From the point of view of social protection forms / mechanisms, social assistance is the most important, and the principles and mechanisms of social insurance are not developed well enough.

According to the law the target groups of social protection are only those who are in difficult life situations⁷, which contradict the fundamental principles of the social state⁸.

It is important to mention that the number of institutions providing social protection services in Armenia is rising. However, these types of organizations do not provide new types of services. Rehabilitation and counseling services that are preventive are not well developed. Paid social services (their range), as well as specialized social services, are slowly developing.

The other reason for the ineffectiveness of current social protection system in Armenia is the low professionalism of specialists working in the social protection system, mainly conditioned by the existence of not well developed training system of specialists, low motivation for improving professional knowledge and skills, low work satisfaction, and other factors.

Non adequate financing of social protection system is the other reason for the ineffectiveness of current social protection system in Armenia. In this case, we mean the following: considerable funds from the state budget are provided to the stationary institutions which are providing social services to the certain groups of population, rather than non-stationary institutions that are less expensive and efficient.

The cooperation between the public and private sectors as well as non-governmental sector is quite weak, which contradicts the fundamental principle of the social state according to which NGOs and private sector, in particular, play an important role in the provision of social protection of the population.

6 <http://employment.am/en/5/free.html>

7 The RA law on social assistance, <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=5161&lang=arm>.

8 Vardush Gyoalyan, Social State: the Achievements and Challenges of RA, http://ysu.am/files/08V_Gyoalyan.pdf

The following steps are essential for the solution of the above mentioned issues:

- To clarify the ideological basis of social protection system, defining the main objective of the system as the protection of the population from various social risks,
- To develop a concept of social protection of the population of the Republic of Armenia,
- To adopt the law „On Social Protection of Population in RA”,
- To promote the establishment of constructive relations between public and NGO sectors, highlighting the idea of social order formation,
- To expand the range of social services, especially highlighting the development of rehabilitation, counseling and social work services,
- To review the principles of financing of the existing social protection system of population, highlighting the financing of non-statutory institutions,
- To raise the professionalism of specialists working in the current system of social protection, focusing particularly on improving of the training and retraining systems of specialists.

Currently, comprehensive reforms are being implemented in the area of social protection, including child protection in Armenia that is essential in terms of having effective functioning social protection system in the Republic of Armenia. Introduction of the Integrated Social Services (ISS) is the main pillar of these reforms emphasizing a “one window” model for provision of cash and non-cash benefits, co-location of different service providers (responsible for pensions, social assistance, employment and disability certification), introduction of the institute of case management and project management through local social planning efforts.

Another social reform that is currently being implemented in the country is the reorganizations of childcare institutions. According to the history of Armenia during different periods of time the problem of child protection was under control not only the church which was the main actor in protection of vulnerable groups but also the government. The analysis of the history shows that some of the services as residential care services Armenia have inherited from Soviet system. During that period of time the social policy was on “hiding” the “problematic” children mainly in institutions which were located in suburbs of the large cities. By this way the government tried to hide the children and their problems. After the independence, Armenia faced many challenges. The difficulties of the transition period had a negative impact on the capacities of families to take care of their children. And as a result many children have appeared in residential care institutions: orphanages, special schools, boarding schools, temporary shelters and so on.

Thus, a high number of children still spend their childhood in residential care institutions, away from their families and communities. The large majority of these

children, whose numbers do not seem to decrease over the years are those with disabilities. According to official statistics the number of children in residential care institutions is 3000⁹. And it is important to mention that the majority of those children are social orphans which mean that they have at least one parent.

Reorganizations of childcare institutions will provide an opportunity to develop adoption and foster care services in Armenia. It is important to mention that those services Armenia has inherited from ancient times. During that period in Armenian villages the head of a village made a special ritual for those families who wanted to adopt a child: during that ritual a mother of a family wore a long skirt and a child entered under the skirt in a church and it was like a mother of a family “gave a birth” to that child in a presence of the village. During that period (till 1900) there were no institutions for children, the village took care of the children who were left without parental care and foster care was again very typical type of service but without any financial support, the support was in another way: other families supported foster family giving them some food.

Armenia, like other European countries is facing demographic challenges, which is not only aging population, but also emigration of economically active population because of several reasons. The previous pension system was PAYG (pay-as-you-go) system based on the principle of solidarity of generations. It considered that the income and social taxes paid by employees, employers and individual entrepreneurs was a direct tax paid to the State budget of Republic of Armenia, of which the pension payments were made. It is important to mention that the total number of contributors to the pension system is less than the number of pensioners. Because of this and some other reasons this system did not work effectively. So the government of the Republic of Armenia decided to undertake some steps for improving the system. And as result of those steps the new pension system was introduced in 2014. This new pension system is a multi-pillar system and includes four types of pensions¹⁰:

The pillar “0” or the social pension - for those people who have not been employed during their life or have been employed less than 10 years or have been employed but in non-formal economy;

The pillar “1” or the labor pension - for employees above 40 years old upon their retirement;

The pillar “2” or the mandatory funded pension - for young people up to 40 years old (40 inclusive) upon their retirement. The funding source of the funded pension is the individual income (the salary), of which 5% will be transferred on the personal

9 <https://www.unicef.org/armenia/en/what-we-do/child-protection>

10 Multi-pillar pension system: implementation challenges and the international practice, 2012, USAID, p. 5.

pension account, and, meantime, the state will double that amount (will top up another 5%) by making an appropriate transfer from the state budget.

The pillar “3” or the voluntary funded pension - for all those who want to receive supplementary pensions by participating in various funded pension schemes offered by private financial institutions (insurance companies, pension funds, etc.)

Thus, the above mentioned social reforms will provide an opportunity to have an effective functioning social protection system in Armenia.

References

- [1.] Yemtsov, R. – Honorati, M. – Evans, B. – Sajaia, Z. – Lokshin, M. (2018): *Measuring the Effectiveness of Social Protection Concepts and Applications*. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.
- [2.] Bujdosó Zoltán – Dávid Lóránt – Remenyik Bulcsú – Tóth Géza (2011): Connection between tourism and regional development on the Hungarian-Croatian border. *Central European Regional Policy And Human Geography* 1: 2 pp. 27–40., 14 p.
- [3.] Vardush Gyoalyan (2016): Social State: the Achievements and Challenges of RA. *Bulletin of Yerevan University, Sociology, Economics*, 2016 No 1 (19), pp. 67–77.
- [4.] Multi-pillar pension system: implementation challenges and the international practice, USAID, 2012.
- [5.] Armenia: social protection and social inclusion country report European commission directorate-general for employment, social affairs and inclusion, 2011.
- [6.] Social Situation of RA in 2008, 2009 and 2010 (in Armenian), Number of Beneficiaries and Average Sizes of Benefits, 2010.
- [7.] Social Snapshot and Poverty in Armenia, 2010.
- [8.] Armenia: Non-income Dimensions of Poverty; Armenia: Global Economic Crisis and Poverty Profile, 2010.
- [9.] Labor Market Development in 2008–2009, Caucasus Research Resource Centers–Armenia Eurasia Partnership Found, 2010.
- [10.] The RA law on social assistance, Retrieved from the web site <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=5161&lang=arm>.

- [11.] European Social Charter, Retrieved from the web site <https://www.coe.int/t/dghl/monitoring/socialcharter/Presentation/ESCRBooklet/English.pdf>
- [12.] Child protection, Retrieved from the web site <https://www.unicef.org/armenia/en/what-we-do/child-protection>.
- [13.] Acceptance of provisions of the Revised European Social Charter (1996), Retrieved from the web site www.coe.int/t/dghl/monitoring/socialcharter/Presentation/ProvisionTableRevOct2011.pdf.
- [14.] The RA law on state pensions, Retrieved from the web site <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=4008>.

Author:

Marine Yarmaloyan

Assistant Professor

Yerevan State University

MSW, PhD in Sociology

Department of Social Work and Social Technologies

marineyarmaloyan@gmail.com

LEKTOROK LISTÁJA

Armen Shaakjan

Bácsné Bába Éva

Baranyi Aranka

Bíró Melinda

Bujdosó Zoltán

Csernák József

Dávid Lóránt

Fenyves Veronika

Müller Anetta

Pallás Edith

Szilágyi Ferenc

Szűcs Csaba