

GAZDASÁG & TÁRSADALOM

Journal of Economy & Society

TARTALOM

Lázár Richárd – Csipkés Margit

A Standard&Poor's 500 tőzsdei index alakulása az elmúlt 5 évben

Yang, Liqiao

Dynamic interactions among exchange rate, natural gas demand, production in manufacturing and battery industry export – evidence from Hungary

Martos János András – Szabó Zoltán

Együtműködési lehetőségek a marketing területén szálloda-fürdő komplexumok esetén

Bencsik Győző – Pataki László

Az öngondoskodás szerepe a hazai nyugdíjrendszer fenntarthatóságában

Szóka Károly – Hoschek Mónika

A pénzügyi kultúra és tudatosság szintjének felmérése
a Soproni Egyetem hallgatói körében – a 2022. évi kutatás eredményeinek bemutatása

2024/1

Gazdaság & Társadalom

Journal of Economy & Society

Főszerkesztő / Editor-in-chief: Prof. Dr. Székely Csaba DSc

Főszerkesztő helyettes / Deputy editor-in-chief: Prof. Dr. Kulcsár László CSc

Szerkesztőbizottság / Editorial Board:

Prof. Dr. Fábián Attila PhD • Dr. habil. Koloszar László PhD • Prof. Dr. Kulcsár László CSc
• Dr. Németh Nikolett PhD • Prof. Dr. Obádovics Csilla PhD • Dr. habil. Paár Dávid PhD
• Prof. Dr. Székely Csaba DSc • Prof. Dr. Széles Zsuzsanna PhD • Dr. habil. Tóth Balázs István PhD (titkár) • Törőné dr. Dunay Anna PhD

Szerkesztői asszisztens / Editorial Assistant: Tevely Titanilla Virág

Tördelő-szerkesztő / Technical Editor: Ambrus Attila József

Nemzetközi tanácsadó testület / International Advisory Board:

Prof. David L. Brown PhD (Cornell University, USA) • Dr. Csaba László DSc (Közép Európai Egyetem, Budapest) • Jäger, Clemens PhD (FOM International University, Németország) • Rossi, Matteo PhD (University of Sannio, Olaszország)
• Dr. Nigel Swain PhD (School of History, University of Liverpool, UK)
• Dr. Caleb Southworth PhD (Department of Sociology University of Oregon, USA)
• Dr. Szirmai Viktória DSc (MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, Budapest)
• Dr. Irena Zavrl, Ph.D (FH Burgenland, University of Applied Sciences)

Közlésre szánt kéziratok / Manuscripts:

Kéziratokat kizárólag e-mailen fogadunk, nem őrünk meg, s nem küldünk vissza!
A kéziratok formai és szerkezeti követelményeit illetően **lásd a folyóirat hátsó belső borítóját.** / We accept APA style only.

A kéziratokat és a közléssel kapcsolatos kérdéseket a következő e-mail címre várjuk: /
Send manuscripts and letters by e-mail only to: **gazdasag.tarsadalom@uni-sopron.hu**
A közlésre elfogadott kéziratok összes szerzői és egyéb joga a kiadóra száll. /
Acceptance of material for publication presumes transfer of all copyrights to the Publisher.

A kéziratok értékelésére a két irányban titkos lektorálási eljárást alkalmazunk: a tanulmányt két külső bíráló olvassa át, akik számára a szerző kiléte ismeretlen. Két irányban titkos eljárásról lévén szó, a folyamat egésze során a szerzők sem ismerhetik a lektorok kilétét (és a lektorok egymást sem). /

The articles are reviewed using the 'Blind or Anonymous Peer Review'. This means that the content is reviewed by external reviewers and the author's identity is unknown to the reviewer. A double-blind peer-review process is where both the reviewer and the author remain anonymous throughout the process.

Ismertetésre szánt könyveket az alábbi címre várjuk / Send books for review to:

Tevely Titanilla Virág
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
9400 Hungary Sopron Erzsébet u. 9.

Web oldal / Web page: <http://gt.uni-sopron.hu/>

Készült / Printed by:

Papírmanufaktúra Kft.
9400 Sopron, Tárczy-Hornoch Antal u. 12.

Előfizetés:

Példányonkénti ár: 1600 Ft
Éves előfizetés: 6000 Ft

ISSN 0865 7823

Copyright © 2023 Soproni Egyetem Egyetemi Kiadó

Gazdaság & Társadalom

Economy & Society

17. (35.) ÉVFOLYAM	2024.	1. SZÁM
VOLUME 17. (35.)	2024.	NUMBER 1.

TARTALOM | TABLE OF CONTENTS

TANULMÁNYOK / STUDIES

A Standard & Poor's 500 tőzsdei index alakulása az elmúlt 5 évben <i>Lázár Richárd – Csipkés Margit</i>	5-27
Dynamic interactions among exchange rate, natural gas demand, production in manufacturing and battery industry export – evidence from Hungary <i>Yang, Liqiao</i>	29-47
Együttműködési lehetőségek a marketing területén szálloda-fürdő komplexumok esetén <i>Martos János András – Szabó Zoltán</i>	49-67
Az öngondoskodás szerepe a hazai nyugdíjrendszer fenntarthatóságában <i>Bencsik Győző – Pataki László</i>	69-96
A pénzügyi kultúra és a tudatosság szintjének felmérése a Soproni Egyetem hallgatói körében – A 2022. évi kérdőíves kutatás eredményeinek bemutatása <i>Hoschek Mónika – Szóka Károly</i>	97-112

KÖNYVISMERTETÉS / BOOK REVIEW

Integrating Digital Trends into Candidate Journeys and Employer Branding: A Book Review <i>Laureana Teichert</i>	115-121
Business Development – Processes, Methods and Tools <i>Şahin Firat</i>	123-129
Handbook of the circular economy: Transitions and transformation Book review <i>Máté Kriza</i>	131-133

TANULMÁNYOK/STUDIES

A Standard & Poor's 500 tőzsdei index alakulása az elmúlt 5 évben

*Development Of The Standard & Poor's 500 Stock Index
in the past 5 years*

Lázár Richárd¹ – Csipkés Margit²

Abstract: One of the important elements of financial life is the stock market, the first thing that comes to mind when everyone hears the term "investing" money. Since in the current economic situation, aware of the high inflation, many domestic citizens strive to preserve the value of their money, so many people are curious to learn about the stock market. Due to the high inflation among the population, different forms of investment are coming to the fore, some of which are based on the stock market. It is important to keep in mind that anyone who trades on the stock market must first get to know both the positive and negative sides of the stock market world. In any case, you must assess what risk factors there may be in this investment sector as well. In our research, we reviewed the American stock market, where we analyzed the changes occurring in the last 5 years. The exchange rate change of the Standard & Poor's 500 index is also presented separately (on S&P 500), as we can formulate a lot of new information for investors from the development of the index. Since the actors of the stock market are distinguished based on different sectors, we use the grouping of this sector in our research. Our goal in preparing the research is to present to Hungarian residents the analysis of stock exchange rates in the period before, during and after the Covid-19 pandemic. In our material, we analyze the corporate sector of the Standard & Poor's 500 index, as well as the analysis of the exchange rate of the Standard & Poor's 500 index, as we consider them important in order to provide an overview of the topic. As a result of the calculations, we determined that the spread of the virus had a negative impact on the S&P 500 index in the short

¹ LÁZÁR, Rihárd egyetemi hallgató, Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Statisztika és Módszertani Intézet (4032 Debrecen Böszörményi út 138)
(lazarricsi22@gmail.com)

² Dr. habil. CSIPKÉS, Margit egyetemi docens, Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Statisztika és Módszertani Intézet (4032 Debrecen Böszörményi út 138)
ORCID: 0000-0003-1360-1473
(csipkes.margit@econ.unideb.hu)

term (ban on leaving residences, use of masks, etc.), as the leaders of the countries introduced restrictions for both society and companies (introduction of trade barriers, regulation of the operation of catering units and shops, etc.). In the long term, however, the virus facilitated the transition to remote work, which increased the profitability of companies within the sector. The virus highlighted the flaws in the supply chain within the various sectors, which encouraged the participants of the sector to change them according to their possibilities. In our material, we present the situations that arise in the sectors.

Keywords: *stock market index, American market, exchange rate*

JEL Codes: *D51, F31*

Absztrakt: A pénzügyi élet egyik jelentős eleme a tőzsde, mely kifejezés hallatán mindenkinek a pénz „befektetése” ugrik be legelőször. Mivel a jelenlegi gazdasági helyzetben a magas infláció tudatában nagyon sok hazai polgár pénzének az értékmegtartására törekszik, így többen kíváncsiak a tőzsde megismerésére. A lakosság körében a magas infláció miatt előtérbe kerülnek a különböző befektetési formák, melynek egy része tőzsde alapú. Fontos szem előtt tartani, hogy aki a tőzsdén kereskedik, annak először meg kell ismerni a tőzsde világának pozitív és negatív oldalát egyaránt. Minden esetben fel kell mérnie milyen kockázati tényezők lehetnek ezen befektetési szektorban is. A kutatásunkban az amerikai tőzsdét tekintettük át, ahol az elmúlt 5 évben bekövetkező változásokat elemeztük. Külön bemutatásra kerül a Standard & Poor’s 500 (továbbiakban S&P 500) index árfolyamváltozása is, mivel az index alakulásából nagyon sok új információt tudunk megfogalmazni a befektetők részére. Mivel a tőzsde szereplőit különböző szektorok alapján különböztetik meg, ezért a kutatásunkban ezen szektor csoportosítását alkalmazzuk. Célunk a kutatás elkészítésével, hogy a magyarországi lakosok számára bemutassuk a tőzsdei árfolyamok elemzését a Covid19-világjárvány előtti, közbeni és utáni időszakban. Anyagunkban a Standard & Poor’s 500 index vállalati szektorának elemzését, illetve a Standard & Poor’s 500 index árfolyam alakulásának elemzését végezzük el, mivel a téma áttekintése érdekében ezeket fontosnak tartjuk. A kalkulációk eredményeként megállapítottuk, hogy az S&P 500 index árfolyamára rövidtávon negatívan hatott a vírus terjedése, mivel az országok vezetői korlátozásokat vezettek be a társadalom (a lakóhelyek elhagyási tilalma, maszk használat, stb), valamint a vállalatok számára egyaránt (a kereskedelmi korlátok bevezetése, a vendéglátói egységek és üzletek működésének szabályozása, stb.).

Hosszútávon a vírus elterjedésének következtében kialakuló gazdasági és társadalmi helyzet a távmunka bevezetését igényelte sok szektorban, amely a szektoron belüli vállalatok jövedelmezőségét növelte. A vírus elterjedésének következtében kialakuló gazdasági és társadalmi helyzet a különböző szektoron belüli ellátási lánc hibáira hívta fel a figyelmet, mely arra ösztönözte a szektor résztvevőit, hogy ezeken változtatni kell lehetőségüknek megfelelően. Anyagunkban a szektorokban kialakuló helyzeteket mutatjuk be.

Kulcsszavak: tőzsdei index, amerikai piac, árfolyam

JEL-kódok: D51, F31

Bevezetés

A cikkünkben a koronavírus hatását mutatjuk be az amerikai részvényt piacon. Kutatásunkban a tőzsdei indexet (azaz a Standard&Poor's 500-at, továbbiakban S&P 500) vizsgáljuk, mely magába foglalja az 500 legnagyobb amerikai vállalatot.

Mivel a tőzsde világa egy elég tág témakörnek tekinthető, így a legtöbb polgár azt gondolja, hogy ért is a tőzsde világához. Legtöbb ember törekszik arra, hogy anyagi helyzete minél jobb legyen, ezért egyre népszerűbbé váltak/válnak napjainkra a befektetések. Fontos azt figyelembe venni, hogy aki a tőzsdén szeretne kereskedni, annak először meg kell ismernie a tőzsde világát. Minden esetben fel kell mérnie milyen kockázati tényezők lehetnek ebben a befektetési szegmensben is.

Cikkünkben a két legnagyobb amerikai tőzsde elmúlt 5 évi teljesítményét vizsgáljuk. Az általunk vizsgált 2 tőzsde (National Association of Securities Dealers Automated Quotations, továbbiakban Nasdaq és a New York-i értéktőzsde) az amerikai részvényt piac 90%-át lefedi, így elegendő ezt a két piacot áttekinteni a téma megismeréséhez. Fontosnak tarjuk bemutatni az S&P 500 index árfolyamváltozását, illetve az ezzel elérhető hozamokat is célszerű áttekinteni. A cikk második felében az S&P index szektorra bontását vizsgáljuk meg, hogy még jobban megismerhessük a tőzsde világát.

Szakirodalmi áttekintés

A cikkünk a tőzsde egy szegmensét kívánja bemutatni, így néhány fontosabb információval kezdjük a szakirodalmi áttekintést. A tőzsde egy koncentrált piac, ahol a vevők és az eladók egy helyre központosulnak. A kereskedés történhet árukkal, értékpapírokkal származatott termékekkel és más pénzügyi eszközökkel egyaránt. A kereskedés alapján került lehatárolásra a következő két tőzsde típus, melyek az *árutőzsde* (ahol fizikai termékekkel kereskednek az eladók és a vevők, például arannyal, ezüsttel, energiahordozókkal, vagy terménnyel) és az *értéktőzsde* (ahol devizákkal, értékpapírokkal, valamint határidős termékekkel kereskednek a kereskedők) (MNB, 2023). Bármelyik tőzsdét is nézzük a kereskedés szigorú szabályok mellett zajlik. A tőzsde kapcsolatot teremt a tőkét igénylő és a tőkét megtakarító személyek között. Bármilyen pénzügyi eszközzel szeretne valaki kereskedni biztos, hogy fegyelmet kell tanúsítani a piacon. Ez azt jelenti, hogy célirányosan kell néhány számunkra fontos befektetéssel foglalkozni és azok határidős ügyleteit folyamatosan szemmel kell követni (nem szabad túl sok mindennel egyszerre foglalkozni). Fontos, hogy a döntések kialakításánál minden esetben figyeljünk oda a fundamentumokra és a technikai elemzésekre is. A piacon minden esetben türelmesek legyünk, legyenek rövid és hosszútávú terveink egyaránt, valamint a piacon a kockázatkezelésünket előre tisztázzuk le magunkban.

Anyagunkban az S&P 500 indexet vizsgáljuk, melyet a Standard & Poor's nemzetközi hitelminősítési intézet bocsájt ki. Ez az index egy teljesítménymutató. Az index 11 szektornak a vállalatait foglalja magába, amelyeket a Standard & Poor's vállalat által kibocsájtott taxonómia szerint válogatnak össze (a nagyobb piaci kapitalizációval rendelkező vállalatok nagyobb súllyal szerepelnek az indexben). Évenként felülvizsgálják az index összetételét (Investopedia, 2022), napjainkban már a világ egyik legelismertebb benchmarkja. Az index 500 vállalatot tartalmaz, melyek az amerikai tőzsdéken kerültek bejegyezésre. Az index összetételét évente felülvizsgálják és szükség esetén módosítják a vállalati összetételt (cél, hogy tükrözze a mindenkor piaci változásokat).

Az S&P 500 index árfolyamát az összes indexösszetevő piaci kapitalizációja és az S&P 500 index súlyozási tényezőjének hányadosaként határozzák meg (Broker, 2023). Az S&P 500 index ágazati szektorai jelentőség sorrendjében a következők: a technológiai-, az egészségügyi-, a

pénzügyi-, a fogyasztói diszkrecionális-, az ipari ágazatok-, a kommunikációs szolgáltatások-, a fogyasztási cikkek-, az energiahordozók-, a köz-művek-, a nyersanyagok-, illetve az ingatlan szektor (Capital, 2023).

Módszertan

Az elemzéshez primer (elsődleges) és szekunder (másodlagos) kutatást is végeztünk. A primer kutatáshoz a Nasdaq hivatalos oldaláról (NASDAQ, 2023) töltöttük le CSV (comma-separated values) formátumban az adatokat. Ezeket az adatokat Excel formátumba átalakítva használtuk fel a kutatáshoz. A NASDAQ magyarul az Értékpapírkereskedők Országos Szövetségének Automatikus Adás-Vételi Rendszerét jelenti. A NASDAQ részvénytőzsde az Amerikai Egyesült Államokban működik évtizedek óta részvénytőzsdeként. Döntésünk azért a NASDAQ-ra esett, mivel ez egy elismert elektronikus részvénykereskedelmi rendszer, megközelítőleg 3800 cég papírjai forognak itt (NASDAQ, 2024), a kereskedelmi volumene Amerikában a legnagyobb. Ezen kereskedési platform a The NASDAQ OMX Group tulajdonában van, mely évtizedek óta fontos szerepet tölt be a kereskedési folyamatokban.

A hiányzó adatok pótlására a Tradingview elemzőprogramban kalkulált értékeket alkalmaztuk. A TradingView elemzőprogram egy népszerű platform a kereskedők és a befektetők körében diagramkészítésre, elemzésre és kereskedésre. A TradingView telepítése egy adott eszközre általában egyszerű folyamat, ezért is alkalmaztuk mi is a tanulmányunk elkészítése során.

A TradingView elemzőprogram a kereskedelmi elemzések elvégzésének egyik kulcstényezőjét játszotta kutatásunkban, mivel néhány hónapos (fizetős) demó modul alkalmazását követően a TradingView rendszerrel nagyobb rálátást kaphattunk az S&P 500 befektetési stratégiájának áttekintésére. A TradingView elemzőprogram segítségével lehetőségünk volt diagrammok készítésére is, melyek összegezték számunkra a különböző pénzügyi piacok összefüggéseit. Az elemzőprogram segítségével a kereskedés lehetséges módjait is ismerhettük meg, illetve a rendszerben szereplő adatok alapján ki tudtuk egészíteni a szükséges és hiányzó adatokat a kalkulációinkhoz. A TradingView elemzőprogram segítségével hatékonyan és felhasználóbarát formában ismerkedhettünk meg a különböző indikátorokkal, melyek a tőzsde piacán fontosnak számítanak.

A TradingView elemzőprogram több, mint ezer globális pénzügyi piac árdiagrammját tartalmazza, melyek igénynek megfelelően alakíthatók (különböző technikai mutatók beállítására is van lehetősége). Az elemzések esetében az elemző program információt ad a mennyiség, az átlagár és a múltbeli volatilitásra (a volatilitás az ármozgások mértéke és gyorsasága, a volatilitás megfigyelésével lehetőség van a kockázat becslésére) vonatkozóan is. A TradingView elemzőprogramban több mint 100 előre elkészített mutató érhető el, melyek közül mi a következőket tekintettük át: Bollinger Bands (magyarul Bollinger sávok [rövidítése BB], mely annak mérésére és bemutatására szolgál, hogy egy eszköz ára milyen mértékben tér el a hosszútávú átlagtól), On Balance Volume [rövidítése OBV], mely egy eszköz felhalmozódásának vagy elosztásának mérésére szolgál az ár és a kereskedési volumen összehasonlításával), mozgóátlagok (egy eszköz árának időbeli átlagos változásának mérésére szolgál), Keltner Channel (magyarul Keltner-csatorna, melyet az ártrend irányának meghatározására használnak).

A TradingView elemzőprogramban másodperc beállítástól egészen az éves adatok lekérdezéséig van lehetőség a kiválasztott piac esetében (a piaci mutatók a felső eszköztárból választhatók ki). A lekérdezett adatok esetében lehetőség van különböző megjegyzések beszúrására, illetve különböző trendvonalak rajzolására is. Az adatok ábrázolásánál a vonaldiagramot alkalmaztuk. A számításaink során figyeltünk arra, hogy a kalkulált mutatók az aktuális piaci trend azonosítására összpontosítsanak. Alkalmaztunk trend kalkulációt (illetve a mozgó átlagolás módszerét) is, melyben a múltbeli adatokat figyelembe véve kalkuláltuk ki az árfolyam folytatásának valószínűségét.

Az árfolyamelemzést, az osztalékráta elemzést, valamint az árfolyamhozam elemzést egyaránt elvégeztük rövid és hosszútávon is. A kutatásunkhoz hivatalosan elérhető internetes (Tradingview, NASDAQ és CNBC) adatbázisokat használtunk fel. A felhasznált adatok elérhetősege az irodalomjegyzékben található meg.

Eredmények, megállapítások

Az S&P 500 index árfolyamelemzése

Először az amerikai részvénytőzsi index árfolyamának változását vizsgáltuk meg, melyet a piaci kapitalizáció vizsgálata követett az összes szereplő vállalatra vonatkozóan. A vizsgálatunk 2017 utolsó kereskedési napjától 2022 utolsó kereskedési napjáig tartott, melyet az 1. ábrán mutatunk be.



1. ábra. Az S&P 500 árfolyam alakulása 2018-2023 között

Forrás: saját szerkesztés a Netfolio (2023) hivatalosan elérhető adatai alapján

Mivel a hétvégi napokon kereskedés nem történik a piacon, így kutatásunkban mi is csak a hétköznapiakat vizsgáltuk. Az S&P 500 árfolyam alakulását 5 éves távlatban vizsgáltuk meg. A kezdő időpontban az árfolyam 2673,61 pont volt, s a vizsgált időszak legmagasabb pontja 2022.01.04-én volt, amikor is az árfolyam elérte a 4793,54 pontot. Tehát 2017 utolsó napjához képest megközelítőleg 80%-os növekedés következett be 2022 elejére. Az éves átlagos hozama az S&P 500 indexnek +8-10% volt. 2020-ban 16,26%-kal volt magasabb a záró árfolyam, mely elég jónak tekinthető úgy, hogy a Covid19-világjárvány ezen év végén ütötte fel a fejét. 2021-ben az index számításába befolyásoló szerepet betöltő vállalatok még jobban teljesítettek, mivel +26,89%-ban zárt az index ér-

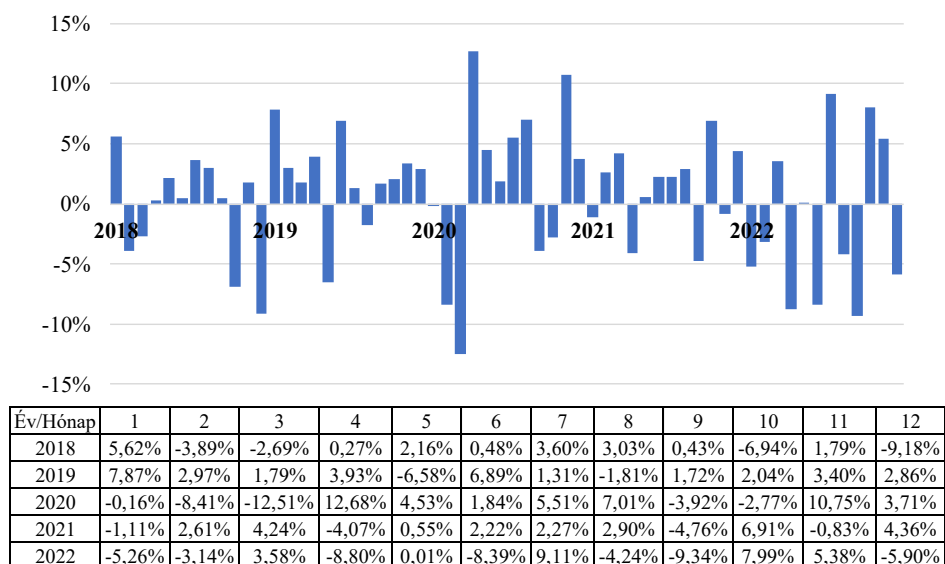
tékét. Az 5 évben bekövetkezett változásokat figyelembe véve megállapítható, hogy a koronavírus hosszútávon árfolyamváltozás szempontjából nem volt negatív hatással az amerikai részvénytőzsiákra. A vizsgált időszakban az átlagárfolyam 3450 pont volt, mely elég jónak tekinthető a Covid19-világjárvány időszakának negatív hatásait figyelembe véve.

2020 éveleji időszak (amikor a koronavírus elterjedésének következtében kialakuló helyzet nagy hatással volt az árfolyam változásra) jelentős volt, mivel ekkor kezdett el terjedni a vírus világszerte és az egyes országok vezetői kijárási korlátozásokat vezettek be (korlátozták a közlekedést globális szinten is). A befektetőknek a pénzügyi eszközök iránti érdeklődésük csökkent, ugyanis a vállalatok nem tudtak úgy teljesíteni a koronavírus elterjedésének ideje alatt, mint a koronavírus megjelenése előtt. Pánikeladás tört ki a részvénytőzsián, amely árfolyamcsökkenést eredményezett. 2020.02.20-án kezdett el csökkenni az árfolyam (ezen a napon az S&P 500 árfolyam 3373,23 pont volt) egészen 2020.03.23-ig. 2020.03.23-án érte el az árfolyam a legalsó szintet (2237,40 pont). Számításaink alapján átlagosan 1,72%-ot zuhant az árfolyam napi szinten a 33 napos időszak között. A legmagasabb záróérték eltérés 2020.03.13 – 2020.03.16 között volt, amikor is az árfolyam a hétvége után -11,98%-ban zárt a hétfői napon. 2020.02.20 és 2020.03.23 között 33,67%-ot zuhant az árfolyam. Ez az időszak azért nem nevezhető „medvepiacnak”, mert 6 hónap alatt visszatért az árfolyam arra a szintre, ahonnan megkezdte a zuhanást.

A 33,67%-os zuhanás után 142 nap alatt tért vissza az árfolyam a 3373,23 pontra. Az emelkedő trend során az árfolyam 51,08%-ot emelkedett. 2020.08.12-én 3380,35 ponton zárt az árfolyam. Ezen adatok alapján elmondható, hogy rövidtávon az árfolyamra negatívan hatott a koronavírus elterjedése, viszont 4,5 hónap alatt visszaállt a kiinduló szintre az árfolyam.

Ezt követően megvizsgáltuk az S&P 500 árfolyamhozamait is, melyet havi bontásban ábrázoltunk. A 2. ábrán az adatok minden esetben az előző hónap utolsó kereskedési napjához viszonyítottuk. Ezt követően a számításnál átlagoltuk a havi árfolyamhozamokat évenként és eredményként megkaptuk, hogy 2018-ban az átlagos havi árfolyamhozam 0,88% volt. 2018-hoz képest 2019 már jobban teljesített, mivel 2,2%-os árfolyamhozamot ért el havi szinten az index. A koronavírus megjelenésekor 5 olyan hónap volt, amikor az árfolyam negatívan zárt az előző hónap zárásához képest és 7 olyan hónap, amikor pozitívan. Összesítve a csökkenő és növekvő tendenciákat megállapítható, hogy havonta átlagosan 1,52%-os hozamot ért el az index. 2022-höz viszonyítva ez az érték 30,86%-kal volt alacsonyabb.

Látható, hogy 2019-hez képest 2020-ra jobban teljesített havi szinten átlagosan az index. 2021 annak ellenére, hogy emelkedő trendben volt végig az árfolyam, átlagosan kisebb árfolyamhozamot ért el az index teljesítménye 2020-hoz képest, ugyanis átlagosan 1,27%-ot emelkedett az árfolyam havi szinten. Ez azzal magyarázható, hogy az index árfolyamában 2021-ben többször is volt olyan hónap, amikor az árfolyam egy szakaszban „oldalazott”. Ez azt jelenti, hogy a havi zárások hozamai elenyészők. 2022-be medvepiacba léptünk be, ugyanis 2021 év vége óta zuhanó trendet vett fel az árfolyam. Ahhoz, hogy az indexben betöltött változásokat jobban tudjuk értelmezni célszerűnek láttuk megvizsgálni az indexben szereplő vállalatok összesített piaci kapitalizációját is.



2. ábra. Az S&P 500 index alakulása 2018-2022 között havi bontásban

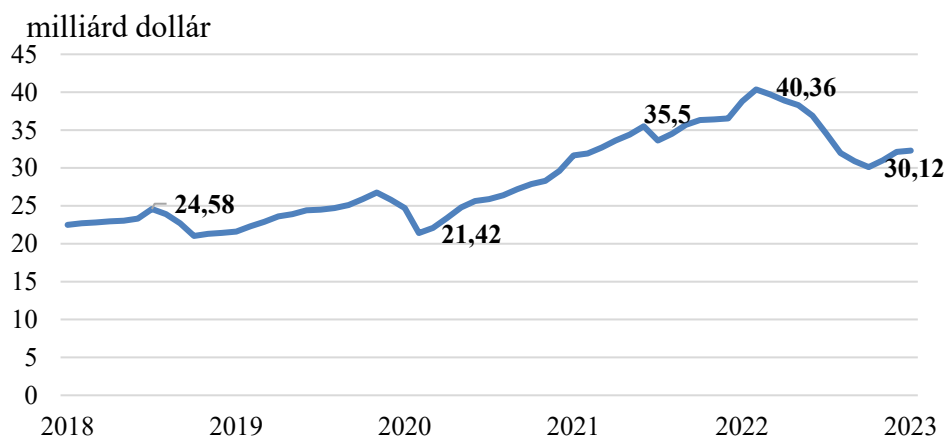
Forrás: saját szerkesztés az Xtb (2023) hivatalosan elérhető adatai alapján

Az S&P 500 indexben szereplő vállalatok piaci kapitalizáció vizsgálata

A piaci kapitalizáció elemzése azért fontos, mivel ezzel méri egy vállalat részvényeinek teljes értékét (3. ábra).

Az indexben szereplő vállalatok részvényeinek vizsgálatakor látható, hogy 2022-ben volt az elmúlt 5 évben egy kimagasló időszak. Az index

árfolyamának változásával a vállalatok piaci kapitalizációja is változott. A negyedéves adatok alapján 2019 utolsó negyedévében a piaci kapitalizáció 26,76 milliárd dollár volt.



3. ábra. Az S&P 500 vállalatainak piaci kapitalizációja 2018-2022 között

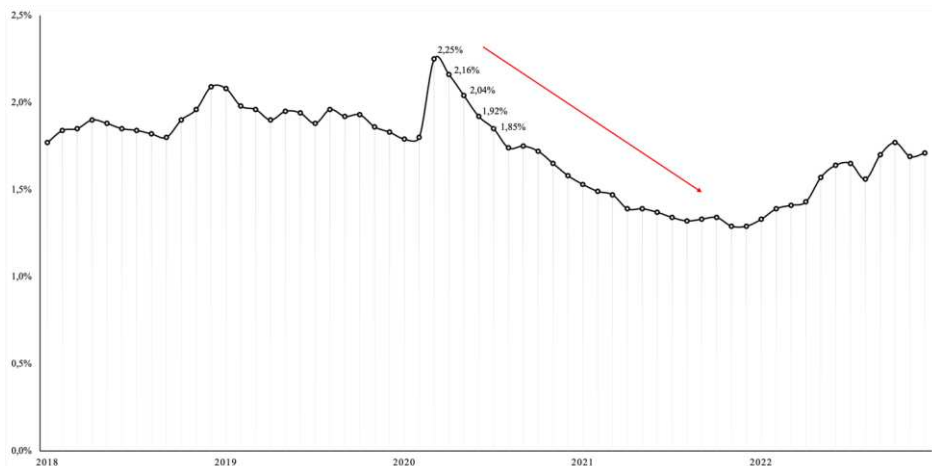
*Forrás: saját szerkesztés Tradingview (2023) és S&P500 (2023)
hivatalosan elérhető adatai alapján*

A koronavírus elterjedésével kialakuló gazdasági és társadalmi helyzet következtében az indexben szereplő vállalatok piaci kapitalizációja rohamosan csökkent 2020 első negyedévében. A negyedév zárásakor az index érték 19,96%-kal (azaz 21,42 milliárd dollárra) csökkent az előző negyedév értékéhez képest. A következő negyedévekben már fellendülés figyelhető meg, mivel a következő negyedévben a vállalatok részvényei kifejezetten jól teljesítettek (következő negyedév +19,70%-kal zárt). A fellendülés olyan nagymértékű volt, hogy a piaci kapitalizáció 2022 utolsó negyedévére elérte a 40,36 milliárd dollárt.

Bizonyos vállalatok osztalékot fizetnek a befektetőknek a birtokolt részvények után, az átlagos osztalék változását a 4. ábrán mutatjuk be havi bontásban.

Az osztalékhozam 2020. februárjában 2,25%-ra emelkedett, majd miután az árfolyam emelkedni kezdett az osztalék hozama folyamatosan csökkent 2020 februárjához viszonyítva. Az osztalék hozama rövidtávon növekedett, mivel 2018 és 2019-ben átlagosan 1,90% volt. Hosszútávon vizsgálva az osztalék értékét megállapítható, hogy csökkent az osztalékok hozama, mivel a részvények árfolyama emelkedni kezdett, ezért maga-

sabb árfolyamon kisebb osztalékot fizettek a vállalatok a részvényesek által birtokolt részvények után. Amikor az árfolyam elérte a legmagasabb pontot, akkor az osztalékhozam 1,29%-ra csökkent. Ez az érték 42,67%-kal alacsonyabb a legmagasabb osztalékhozamhoz képest. Megállapítható tehát, hogy az osztalékhozamra rövidtávon pozitívan hatott a koronavírus, viszont a 2 éves periódusra vetítve negatív hatás figyelhető meg, mivel növekedtek a részvények árfolyamai.



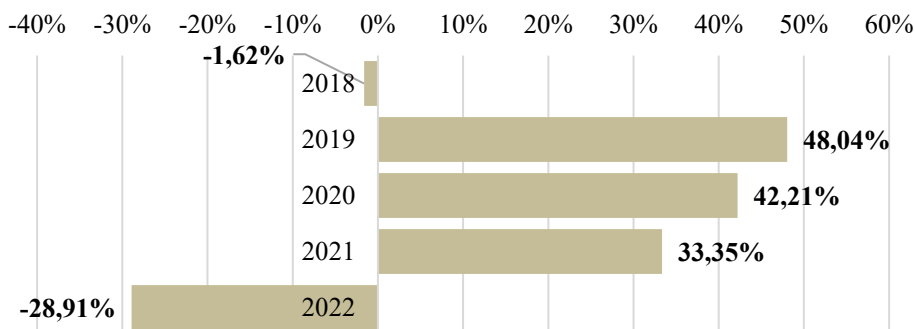
4. ábra: Az S&P 500 vállalatainak havi osztalékrátája 2018-2022 között

Forrás: saját szerkesztés a S&P500 (2023) adatai alapján

Az S&P 500 vállalati szektorainak elemzése a vizsgált időszakban

A teljeskörű vizsgálat elvégzése érdekében az S&P 500 index vállalati szektorait is megvizsgáltuk. A szektorok között a technológiai-, az egészségügyi-, a pénzügyi-, fogyasztói-, ipari-, kommunikációs-, a fogyasztási cikk -, az energiahordozók-, a közüzemi szolgáltatások-, a nyersanyagok-, illetve az ingatlan szektorokat elemeztük:

A technológiai szektor az éves árfolyamhozam alapján a legmagasabb részarányal rendelkezik az indexen belül (Ruhlow, 2023). Az 5. ábrán az S&P 500 technológiai szektorának éves árfolyamhozamait ábrázoltuk 2018-2022 között, ahol a viszonyítás alapja az adott év utolsó kereskedési napjai.



5. ábra. Az S&P 500 technológiai szektorának éves árfolyamhozamai 2018-2022 között

Forrás: saját szerkesztés S&P Global (2023)

Az éves hozamokat vizsgálva észrevehető, hogy 2019 év végén 48,04%-kal zárt magasabban 2018 utolsó kereskedési napjának záróértékéhez képest a hozam. Ekkor 1611,17 ponton zárt az árfolyam. 2020 év végén 42,21%-kal, 2021-ben 33,35%-kal zárt magasabban az előző év utolsó kereskedési napjának záró árfolyamához képest. 2022 éveleje óta zuhanó trendben van az árfolyam. A medvepiac következtében 2022-ben 28,91%-kal zárt alacsonyabban az árfolyam az előző év utolsó kereskedési napjához viszonyítva.

Az egészségügyi szektor helyzete sem alakult másképp, mint a technológiai szektoré. A Covid19-világjárvány kezdetén nagy nehézségekkel küzdött az egészségügyi szektor (pl. a magánklinikák), ugyanis a megnövekedett betegszám sokkal jobban leterhelte a magánrendelők tevékenységét.

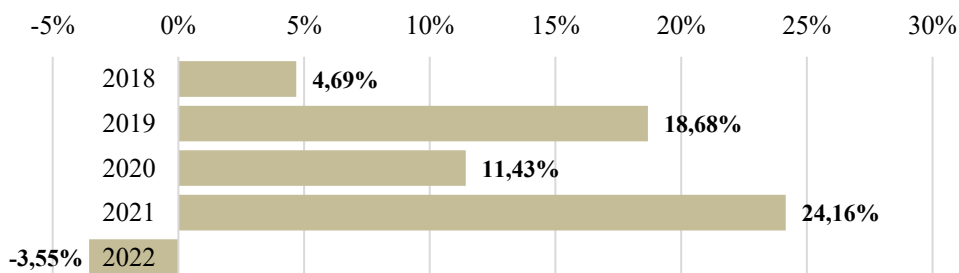


6. ábra. Az S&P 500 egészségügyi szektorának árfolyama 2018-2022 között

Forrás: saját szerkesztés az S&P500 (2023) adatai alapján

A 6. ábrán az S&P 500 egészségügyi szektorának indexárfolyama látható. A Covid19-világjárvány kezdeti időszakában 2020.02.20-án 1203,03 ponton zárt az árfolyam, mely csökkenő trendet vett fel egészen 2020.03.23-ig, folyamatos zuhanás figyelhető meg. A legalsó záróérték 870,99 ponton volt. A zuhanás utáni fellendülés 647 napig tartott (2021.12.30-án érte el a legmagasabb pontot). 89,49%-ot emelkedett az árfolyam és 1650,43 ponton zárt. Az egészségügyi szektor helyzete másképp alakul a medvepiac ideje alatt, ugyanis ez a szektor folyamatos tőkét igényelt a fejlődés fenntartásához. Az árfolyam mozgás ezt nagyon szépen tükrözi a medvepiac ideje alatt, mivel nem hagyják a nagy tőkével rendelkezők, hogy az árfolyam egy bizonyos szint (1400-1500 pont) alá zuhanjon (CNBC, 2024).

A 7. ábrán az S&P 500 egészségügyi szektorának éves árfolyamhozamai láthatók 2018-2022 között.



7. ábra. Az S&P 500 egészségügyi szektorának éves árfolyamhozamai 2018-2022 között

Forrás: saját szerkesztés az S&P500 (2023) adatai alapján

2021-ben volt a legjobb teljesítménye a szektornak, ugyanis 24,16%-kal zárt magasabban 2020-hoz képest. A növekedés azzal magyarázható, hogy a vizsgált időszakban a Covid-19 elleni oltóanyagok alkalmazása nagymértékben megemelkedett a világjárvány miatt, mely a szektor bevétele növekedéséhez vezetett.

A pénzügyi szektort is negatívan érintette a világjárvány, mivel az alacsony kamatlábak és a nehézségekkel küzdő gazdaság, a bankok és más pénzügyi intézmények bevételeinek csökkenéséhez vezetett a kialakult járványhelyzet.

A 8. ábrán az S&P 500 pénzügyi szektorának árfolyama látható 2017.12.29 - 2022.12.30 között.

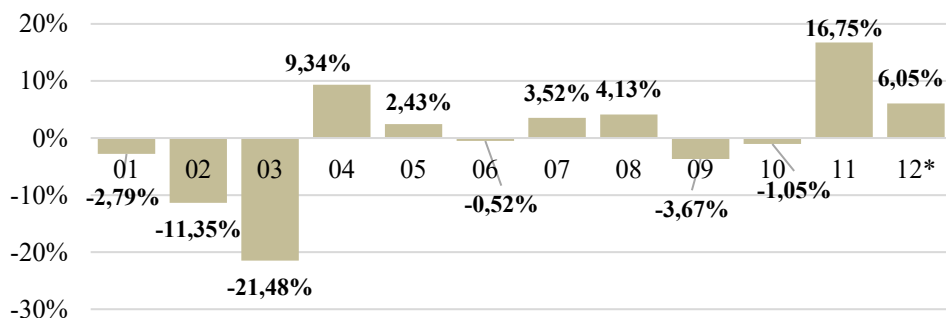


8. ábra: Az S&P 500 pénzügyi szektorának árfolyama 2018-2022 között

Forrás: saját szerkesztés az S&P500 (2023) adatai alapján

Hirtelen esés jellemezte a koronavírus megjelenés időszakát. Látszódik az árfolyamon, hogy korrekció sem volt a zuhanás alatt. Majdnem egy év kellett a szektoron belüli részvények árfolyamának, hogy visszaálljon a zuhanás kezdeti szintjére. 2021.01.11-én 515,43 ponton zárt az árfolyam. 2022.01.11-én érte el az árfolyam a legmagasabb pontot, ahol 688,57 ponton zárt. 2020.03.23-2022.01.11 között (659 nap alatt) az árfolyam 134,57%-ot emelkedett.

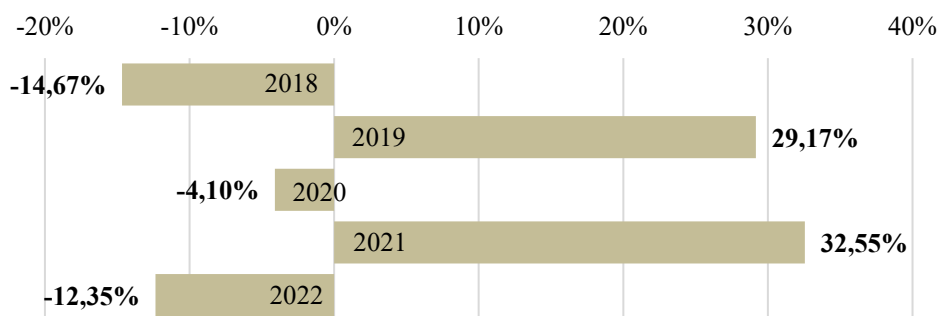
A 9. ábrán az S&P 500 pénzügyi szektorának árfolyamhozamai láthatók 2020-ban. 2020 a pénzügyi szektor számára is nagyon nehéz év volt. A havi árfolyamhozamok kiválóan reprezentálják a szektor teljesítményét 2020-ban. A márciusi hónapban 21,48%-ot zuhant az árfolyam az előző hónaphoz képest, mely elég magas árfolyamhozam csökkenést eredményezett. 2020 áprilistól év végéig az átlagos havi hozam 4,11% volt. Két kiugró érték volt ebben az évben, a márciusi és a novemberi hónap árfolyamváltozása.



* minden hónapban a 20. napra értelmezendő az adat

9. ábra: Az S&P 500 pénzügyi szektorának havi árfolyamhozamai 2020-ban

Forrás: saját szerkesztés az S&P500 (2023) adatai alapján



10. ábra: Az S&P 500 pénzügyi szektorának éves árfolyamhozamai 2018-2022 között

Forrás: saját szerkesztés az S&P500 (2023) adatai alapján

A 10. ábrán az S&P 500 pénzügyi szektorának éves árfolyamhozamai láthatók 2018-2022 között. 2018 nagyon rosszul zárta 2017-hoz képest, ugyanis -14,67%-os hozamcsökkenés alakult ki. 2019-ben 29,17%-kal növekedett az árfolyam az előző évhez képest. A Covid19-világjárvány kezdeti évében -4,10%-kal zárta az évet az árfolyam, ezután szépen emelkedni kezdett 2021-ben és 32,55%-kal zár magasabb az előző évhez képest. 2022 évvégére 12,35%-os csökkenés következett be az előző évhez képest.

A fogyasztói diszkrecionális szektorába tartozó vállalatok termékeit a társadalom nélkülözni tudja az életbe maradáshoz, mégis ehhez képest kifejezetten jól teljesített ez a szektor. A medvepiac ideje alatt viszont a befektetők új lehetőségek után kutattak, ugyanis az árfolyamuk ezeknek a vállalatoknak folyamatosan zuhant.

A havi hozamot elemezve megállapítható, hogy 2020-ban (ugyanúgy, mint az egészségügyi szektornál) az áprilisi hónapban volt a legjobb teljesítménye (20,51%-ot emelkedett márciushoz képest). 2021 februárban 7,69%-kal, míg márciusban 13,39%-kal csökkent az árfolyam az előző hónaphoz képest. Átlagosan 5,89%-ot emelkedett áprilistől évvégéig az árfolyam havonta. Az összes vizsgált szektor közül ennek volt a legjobb teljesítménye 2020-ban.

Az ipari ágazatok szektorában jelen lévő vállalatok súlyos veszteségeket szenvedtek a koronavírus elterjedésével kialakuló gazdasági és társadalmi helyzet következtében, mivel olyan vállalatok tartoznak ide, amelyek a globális ellátási láncok működését teszik lehetővé és a kereskedelmi és utazási korlátozások miatt fennakadással kellett szembenézniük.

2020.02.12-én 718,21 ponton zárt az árfolyam, melytől az árfolyam egy zuhanó tendenciát vett (11. ábra). A mélypontot 2020 március végén

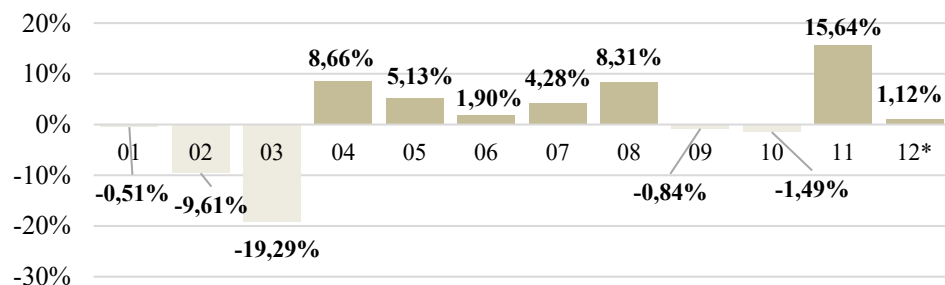
érte el a közel 410 ponttal. 43,29%-ot zuhant az árfolyam ezen időszak alatt, mely átlagosan napi 2,17%-os zuhanást jelentett az árfolyamban. 2020 március vége után emelkedő trendet vett fel az árfolyam és 2020.11.10-én, 722,88 ponton zárt az árfolyam. Tehát 272 nap telt el addig, ameddig visszatért arra a szintre, ahonnan elkezdett zuhanni. Az emelkedő trendnek a legmagasabb pontja 2022.01.04-én volt, ahol 905,63 ponton zárt az index értéke. 652 nap alatt így, 119,78%-ot emelkedett az árfolyam.

A Covid19-világjárvány miatt megvizsgáltuk az S&P 500 ipar szektorának havi árfolyam változását is 2020-ban (12. ábra). A járvány miatt februárban és márciusban teljesített a legrosszabbul az index árfolyama. Februárban az előző hónaphoz képest 9,64%-kal, míg februárról márciusra 19,29%-kal volt alacsonyabb az árfolyam. A nagy volatilitás után a szektor teljesítménye nagyon gyenge volt, év végén érte el a legmagasabb havi árfolyamváltozást, mivel októberről novemberre 15,64% növekedés következett be.



11. ábra. Az S&P 500 ipari ágazatok szektorának árfolyam alakulása 2018-2021 között

Forrás: saját szerkesztés az S&P500 (2023) adatai alapján

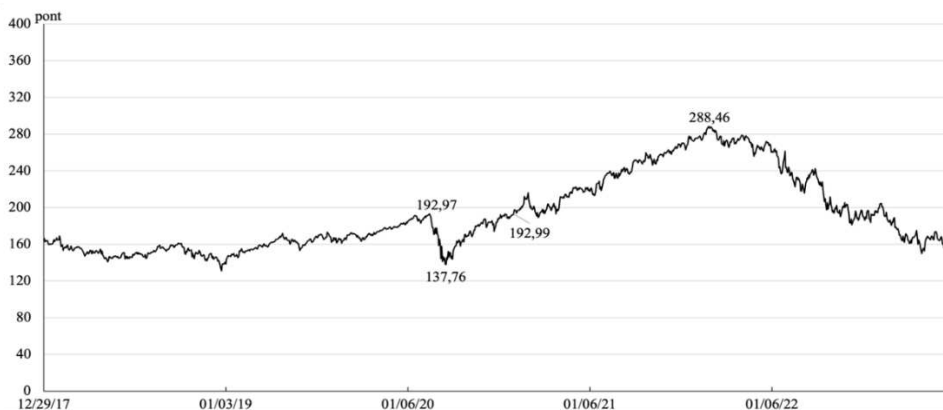


*: minden hónapban a 20. napra értelmezendő az adat

12. ábra. Az S&P 500 ipari ágazatok szektorának havi árfolyamhozamai 2020-ban

Forrás: saját szerkesztés az S&P500 (2023) adatai alapján

A kommunikációs szolgáltatások szektorában lévő vállalatok komoly kihívásokkal küzdöttek a Covid19-világjárvány idején, ugyanis az otthon tartózkodó emberek éjjel nappal alkalmazták a kommunikációs eszközeit (telefon, tablet, számítógép, stb.). Mivel az oktatásokat is csak személyes jelenlét nélkül (online) tartották, ezért nagyban megemelkedett az adatforgalom minden háztartásban. Ennek köszönhetően többszörösére nőtt az előző év azonos időszakához képest a mobiladatforgalom (történelmi csúcstól ért globális szinten az adatforgalom mennyisége a Covid19-világjárvány idején). Mivel a személyes jelenlét nélküli keresletre volt csak a Covid19-világjárvány idején lehetőség túlnyomó többségben, így megnövekedett a kereslet az online szolgáltatások iránt is, ez a vállalatokat új kihívások elé állította.



13. ábra. Az S&P 500 kommunikációs szolgáltatások szektorának árfolyam alakulása 2018-2021 között

Forrás: saját szerkesztés az S&P500 (2023) adatai alapján

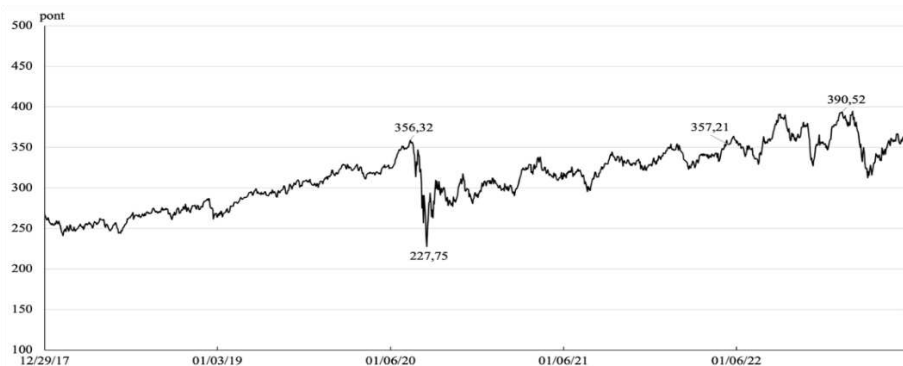
A Covid19-világjárvány világszintű megjelenését követően nagymértékben növekedett az árfolyam, ahogy az a 13. ábrán is látható. Ez szinte napjainkra már visszatért a Covid19 világjárvány előtti szintre. Abban az esetben, ha az S&P 500 kommunikációs szolgáltatások szektorának havi árfolyamhozamait vizsgáljuk, akkor megállapítható, hogy 2020 áprilisi hónapjában volt a legjobb a teljesítménye az árfolyamnak, mivel 13,51%-ot emelkedett márciushoz képest az árfolyam. 2021 februárban 6,34%-kal, míg márciusban 12,20%-kal csökkent az árfolyam az előző hónaphoz képest. Havonta átlagosan 4,58%-ot emelkedett áprilistől évvégéig az árfolyam (nagyon eltérők voltak a havi teljesítmények).

A fogyasztási cikkek szektora alapvetően nem teljesített olyan rosszul a járvány ideje alatt, mivel az alapvető háztartási termékek (például az élelmiszerek, italok és tisztítószeresek) iránti kereslet viszonylag stabil maradt. 2020 közepétől kedve egy folyamatos növekedés figyelhető meg.

Az energiahordozók szektora nagyon súlyos veszteségeket szenvedett el a koronavírus megjelenésének időszakában. Gondoljunk csak bele, hogy milyen alacsonyok voltak az üzemanyag árak. A korlátozások megszűnését követően hirtelen megnövekedett a kereslet az üzemanyagok felé, így ennek eredményeképpen fellendültek ezen vállalati szektor részvényei is ismét. 2020-ban 37,31%-ot esett az index értéke. 2022-ben volt a legjobb teljesítménye a szektornak, ugyanis 59,05%-kal zárt magasabban 2021-hez képest. Az energiahordozók szektorára nem jellemző a medvepiac.

A közüzemi szolgáltatások szektorába tartozó vállalatok részvényei stabilak hosszútávon, mivel egy olyan szektorról van szó, ahol a szolgáltatásokra folyamatosan szükség van. Ennek ellenére a szektor vállalatainak részvényei is meglehetősen volatilis időszakon mentek keresztül.

A koronavírus megjelenése előtt egy kis tartományban mozgott felfelé az árfolyam értéke (14. ábra). A megnövekedett volumen hatására 2020.02.20-án 356,32 pontról 227,75 pontra zuhant az árfolyam (azaz 32 nap alatt következett be a 36,08%-os zuhanás). Erről a szintről folyamatosan emelkedett az árfolyam és hasonló mozgást kezdett el mutatni, mint a koronavírus megjelenése előtt. Az elemzés alapján megállapítható, hogy az ingadozás nagyobb intervallumban valósult meg, mint a járvány előtt. Ebből arra következtetünk, hogy sokkal volatilisabbá vált az árfolyam a koronavírus megjelenése után. 664 nap alatt tért vissza a zuhanás kezdeti szintjére. 2021 novemberére érte el a csúcspontot, ekkor 390,52 ponton zárt az árfolyam (71,25%-ot emelkedett az árfolyam, 611 nap alatt).



14. ábra. Az S&P 500 közüzemi szolgáltatások szektorának havi árfolyamhozamai 2018-2022 között

Forrás: saját szerkesztés az S&P500 (2023) adatai alapján

A nyersanyagok árai a koronavírus elterjedésével kialakuló gazdasági és társadalmi helyzet következtében a többszörösére növekedtek a kereskedelem korlátozások miatt, ezért súlyos veszteségeket szenvedtek el a nyersanyag szektor vállalatai a kezdeti időszakban. A kezdeti időszak után nagyon hamar növekedésnek indultak a részvények árfolyamai. A havi árfolyamhozamok vizsgálata esetében megállapítható, hogy már 2019 vége körül is csökkenő hozamot ért el az index. 2020 februárjában 8,65%-ot zuhant az árfolyam, míg 2020 márciusára 14,35%-ot esett vissza. 2020 áprilisában már 15,29%-ot emelkedés következett be, mely a legjobb teljesítmény volt az évben.

Az ingatlan szektor vállalatainak részvényei nagyot zuhantak 2020 vége körüli időszakában, viszont 2021 évelején fellendült, azóta folyamatosan növekszik globális szinten. Az S&P 500 ingatlan szektorának havi árfolyamhozamait vizsgálva 2020-ban látható, hogy ez az időszak az ingatlan szektor számára nagyon nehéz év volt. A havi árfolyamhozamok megfelelően tükrözik a szektor teljesítményét a 2020-ban. 2020 márciusi hónapban 15,4%-ot zuhant az árfolyama az előző hónaphoz képest. Magas volatilitáson ment keresztül ezalatt az egy hónap alatt. 2020 áprilistól év végéig az átlagos havi hozam 1,96% volt. Egy kiugró érték volt ebben az évben, mely a márciusi hónap árfolyamváltozása volt.

Összefoglalás

A kutatásunk alapján megállapítható, hogy az S&P 500 index árfolyamára rövidtávon negatívan hatott a vírus terjedése, mivel az országok vezetői korlátozásokat vezettek be a társadalom, valamint a vállalatok számára. Korlátozták a társadalom számára a lakóhelyeik elhagyását, kereskedelmi korlátokat is vezettek be, amely negatív hatással volt bizonyos vállalatokra, valamint korlátozták a vendéglátói egységeknek, valamint az üzleteknek a működését is. Ezek a korlátozások a befektetőkben pánikot keltek, amely az árfolyamok esését eredményezték. A technológiai szektorban szereplő vállalatoknak gyorsan reagálni kellett, mivel megnövekedett a kereslet a digitális termékek iránt. Sokan vásároltak számítógépeket, kijelzőket, laptopokat (mivel otthonról dolgoztak a koronavírus ideje alatt). Hosszútávon azonban a koronavírus elterjedésével kialakuló gazdasági és társadalmi helyzet következtében a távmunkára való átállás

menyisége megnőtt, amely a szektoron belüli vállalatok jövedelmezőségét növelte. Az egészségügyi szektorban szereplő vállalatoknak is gyorsabb reakcióra volt szükségük, mivel a Covid19-világjárvány fertőzöttjeinek száma folyamatosan növekedett, ezáltal sokan ellátásra szorultak. Megnőtt a kereslet az orvosi berendezések, valamint a vírus teszteléséhez szükséges eszközök iránt is. Emellett a világjárvány arra készítette a gyógyszeripari vállalatokat, hogy ellenszert fejlesszenek ki a vírus megakadályozása érdekében. A koronavírus elterjedésével kialakuló gazdasági és társadalmi helyzet rávilágított a szektoron belüli ellátási lánc hibáira. Mivel számos egészségügyi berendezést külföldi cégek gyártottak, így lassult a berendezések beszerzése, azonban hosszútávon ennek a hibának a megoldása növeli az egészségügy hatékonyságát. A pénzügyi szektorba tartozó vállalkozások esetében is jelentős hatása volt a covidnak. Sok vállalat értékesített terméke után lecsökkent a kereslet, így ezen vállalatok nem érezték magukat anyagi biztonságban. A lakosok részéről is érezhető volt a Covid19-világjárvány fertőzés idején, hogy kevesebb pénzt költenek a boltokban. A hitelfelvétel utáni kereslet is csökkent a lakosok részéről, mivel a lakosok egy részének anyagi helyzete rosszabbá volt (munkahely elvesztés, munkahelyi leállások, bolt/üzlet/vállalati lezárások miatt fizetés kiesés stb.), inkább tartalékolás volt érezhető. Egyre kevesebben vettek fel hitelt, amely a kamatlábak csökkenéséhez vezetett. Szabályozták kormányi döntés alapján a hitel visszafizetést is, mely a lakosság egy részének nagy segítséget jelentett. A világjárvány terjedése és a világjárvány okozta helyzet miatt a kormány bevezetett néhány olyan szabályozást, melynek célja a gazdaság stabilitása volt: moratórium alkalmazása a hitelek törlesztőrészletére vonatkozóan, a benzinár-stop, alapvető élelmiszerek árának árstabilitása stb. Ezek az intézkedések kamatcsökkentést és likviditásinjekciót tartalmaztak, melynek hosszútávú hatása az lett, hogy megnövekedett az infláció 2022-re. A megváltozott vásárlási szokások hosszútávon kedvezhetnek a szektornak, ugyanis nagyon sokan áttáltak az online vásárlásra, amely növeli a keresletet a szektor termékei iránt.

Az ipari ágazatok szektorában a vállalatoknak gyorsan kellett reagálni a járványra, mivel a globális ellátási láncok megszakadtak a kereskedelmi korlátok hatására. Rengeteg ember veszítette el munkáját ebben a szektorban is. A vállalatok rákényszerültek az automatizálásra, mivel az emberek otthonukban tartózkodtak. Szinte minden vállalati szegmensben megjelenik hosszútávon az ellátási lánc fejlesztésének igénye, valamint annak átláthatóságának növelése. Ha ezeket sikerül növelni, akkor a befektetők inkább az olyan vállalatokba fognak pénzt fektetni hosszútávon,

amelyek biztos pontként funkcionálnak a gyártási folyamatban, valamint ellátás lánc működésében.

A kommunikációs szolgáltatások szektorára vegyesen hatott a vírus. Mivel az emberek otthon voltak, így nagymértékben megnőtt az internet-használat (globálisan is), azonban számos vállalatnak kellett ideiglenesen bezárnia, mely a hirdetések számának csökkenéséhez vezetett. Hosszútávon megállapítható, hogy a streaming szolgáltatások piaci tere növekedett. A Covid19-világjárvány előirányozta a digitális kommunikáció fejlesztésének szükségességét hosszútávon, mivel az otthon töltött idő sokkal jobban leterhelte a hálózatokat.

A fogyasztási cikkek szektorindexe is érdekesen alakult, mivel a kezdeti időszakban az emberek reakciója a vírusra az volt, hogy pánikvásárlást csináltak. Mivel az ellátási láncok megszakadása csökkentette a kínálatot, ezért az üzletek korlátozták a vásárlást. A fogyasztási cikkek szektorának indexe zuhant a legkisebb mértékben. Azonban a koronavírus elterjedésével kialakuló gazdasági és társadalmi helyzet megnövelte a higiénias termékek iránti keresletet, amely hosszútávon előny lehet a szektor számára.

Az energiahordozók szektorára is nagymértékben hatott a vírus, mivel a kijárási korlátozások miatt lecsökkent az üzemanyag iránti kereslet. A légitölekedés korlátozása is jelentős keresletcsökkenést eredményezett az energiahordozók szektorára. A lecsökkent közlekedés rávilágított a környezetvédelem fontosságára, ezért is került háttérbe a fosszilis anyagok felhasználása. Hosszútávon ez az megújuló energiaforrást biztosító vállalatok számára lesz kedvező.

A közüzemi szolgáltatások szektorában az ipari felhasználású energia csökkenéséhez vezetett a járvány kialakulása, ugyanis a gyártási folyamatok lelassultak, azonban az otthon töltött idő mennyisége megnövekedett, ezért ez növelte a lakosság által felhasznált villamosenergiát. Hosszútávon megnőhet a kereslet az otthoni villamosenergiát tároló eszközök iránt, ami elősegítheti a megújuló energiaforrások felhasználhatóságát is. Ez azonban negatívan fog hatni a közüzemi szolgáltatók bevételeire.

A nyersanyagok szektorában lévő vállalatok jelentősége is csökkent a Covid19-világjárvány idején, mivel a nyersanyagok eladása lelassult. Napjainkban a nyersanyagok eladása lassan visszatér a Covid19-világjárvány előtti időszakban tapasztaltakhoz. Fontos azonban azt is látni, hogy a megnövekedett online vásárlások növelhetik a csomagolóanyagok iránti keresletet, amely ezen vállalatoknak kedvez a szektorban.

Az ingatlan szektorban a koronavírus elterjedésével kialakuló gazdasági és társadalmi helyzet hatására csökkent a kereslet az irodaházak iránt, mivel az emberek otthonról dolgoztak. Az ingatlanok ára hosszú távon növekedés jellemző, mivel a népességszám növekedésével növekszik a kereslet is az ingóságok iránt. Ezen felül a vírus az ipari szektor számára megváltoztathatja a keresletet az ingatlanok iránt, mivel figyelembe kell venniük a változókat, amelyek egy hirtelen bekövetkezett vírus esetén gyorsan változhatnak.

Irodalomjegyzék

- Broker (2023). Market Data Pricing Overview. Portal site, Interactivebrokers.ie.
URL: <https://tinyurl.com/bde7zpj>
- Capital (2023). Mit jelent az S&P 500 index? Capital.com, BlogPost.
URL: <https://tinyurl.com/h6wb62v7>
- CNBC (2024). World Markets. Cnbc.com, Portal site.
URL: <https://tinyurl.com/4ccfb95e>
- Etoro (2023): Explore Global Market. Etoro.com, Portal site.
URL: <https://tinyurl.com/4axaamt9>
- Investopedia (2022): Dictionary, Investopedia.com, Portal site.
URL: <https://tinyurl.com/3hd58den>
- MNB (2023). Pénzügyi navigátor: Tőzsdei alapok. Magyar Nemzeti Bank.
URL: <https://tinyurl.com/ewzr3hk7>
- NASDAQ (2023). Nasdaq: Market Activity, Portal site.
URL: <https://tinyurl.com/2ut2dnsp>
- NASDAQ (2024). Nasdaq: Statistical Milestones.
URL: <https://tinyurl.com/3v6chz8x>
- Netfolio (2023). S&P 500 árfolyam. Ramasoft Adatszolgáltató és Informatikai Zrt. S&P 500 (US78378X1072) árfolyam/grafikon (netfolio.hu, 2024.02.06)
- New York (2023). Historical Returns on Stocks, Bonds and Bills: 1928-2023. New York University. Stern School of Business. January 2024.
URL: <https://tinyurl.com/2utwy393>
- Ruhlow T. (2023). What's an S&P 500 Fund and How Do You Invest in One? Reference.com, BlogPost, February 11, 2021.
URL: <https://tinyurl.com/nheeactr>
- S&P Global (2023). Investmenttheme – Sectors. S&P Dow Jones Indices, Spglobal.com, Portal site.; Contribution of sectors to S&P 500 dispersion. S&P Dow Jones Indices.
URL: <https://tinyurl.com/39rj8z82> | URL: <https://tinyurl.com/2xdt3ky4>
- S&P500 (2023). S&P 500 Data. Stock Market Returns Between 2003 and 2023. Official-data.org, Portal site.
URL: <https://tinyurl.com/3p3r8um2>
- Tradingview (2023). Markets, everywhere. Tradingview.com, Portal site.
URL: <https://tinyurl.com/yc3d6pbf>
- Xtb (2023). S&P 500 (US500) kereskedés – Az S&P 500 (US500) index ára. Xtb.com, Portal site.
URL: <https://tinyurl.com/4ts695e4>

**Dynamic interactions among exchange rate,
natural gas demand, production in manufacturing
and battery industry export – evidence from Hungary**

Yang, Liqiao¹

Abstract: In the context of the current global economic transformation, the rapid rise of the electric vehicle industry has made the battery industry a new focus of competition among countries. Despite its relatively small economic and demographic size, Hungary has garnered significant academic interest by emerging as the world's third-largest battery producer in 2021. The study employed a dynamic vector autoregressive (VAR) model to determine that fluctuations in the Hungarian exchange rate have a notable immediate influence on exports in the battery business, which suggests that changes in exchange rates directly affect international competitiveness. The battery sector is experiencing a progressive increase in the influence of fluctuations in natural gas demand, particularly in terms of their impact on production costs and supply chains. The battery industry has had substantial advancements in technological innovation and production efficiency as a direct result of the expansion in manufacturing production. And Hungary's total industrial development is significantly influenced by the long-term effects of export expansion in the battery industry.

Keywords: *Exchange rate fluctuation, natural gas demand, manufacturing development, battery industry export, Hungary*

JEL Codes: *L62, E44, O14, C22*

¹ YANG, Liqiao. PhD student in Economics, Doctoral School in Economics, University of Szeged | Közgazdasági PhD hallgató, Szegedi Tudományegyetem – Közgazdaságtani Doktori Iskola
(ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-5235-6904>)
(yang.liqiao@o365.u-szeged.hu)

Introduction

The global energy revolution and shifts in the automotive sector are currently underway, with the electric vehicle (EV) market experiencing tremendous growth as a result of its environmentally sustainable and technologically advanced features (Kumar & Alok, 2020). As the core component of EVs, the development of the battery industry has become a new focus of competition among countries. More and more countries around the world have invested resources and technologies to accelerate the development of the battery industry, hoping to occupy a place in this rapidly growing market.

In the middle of this worldwide phenomenon, Hungary, a nation with a relatively small economy and population, has demonstrated extraordinary accomplishments. As of 2021, Hungary has achieved the dual accomplishment of becoming the third largest battery manufacturer globally and establishing a significant presence in the international battery sector (Bhutada, 2022). This disparity has sparked extensive discourse and apprehension within the academic community and industrial practitioners.

However, despite Hungary's notable progress in the battery sector, there is a lack of comprehensive research on the crucial elements that influence its development and their impact on the dynamics of the Hungarian battery industry. The exploration of the interdependencies among macroeconomic factors, including exchange rate volatility, natural gas consumption, manufacturing output, and the growth of the battery sector, and their collective impact on Hungary's macroeconomic conditions and international trade position remains incomplete.

Based on the background, the primary research objective is to investigate the dynamic economic factors that have contributed to the rapid growth of the Hungarian battery sector. The study intends to specifically investigate the interplay among macroeconomic variables, including exchange rate changes, natural gas demand, manufacturing production, and the development of the Hungarian battery industry.

The main research questions are: What is the impact of exchange rate changes on the Hungarian battery industry? How will variations in energy demand, particularly in relation to natural gas, affect the battery industry? What is the relationship between changes in manufacturing production and the country's battery industry?

To answer the above question, this study employs a dynamic vector autoregressive (VAR) model to examine monthly time series data from the Eurostat database, spanning from January 2018 to August 2023. To achieve data stationarity and mitigate heteroscedasticity, logarithmic transformation and first differencing are applied to all variables. Impulse response functions and variance decomposition are used to elucidate the interplay and temporal evolution of these factors. The results to these inquiries will facilitate a deeper comprehension of

the historical context and future potential of the Hungarian battery sector, while also furnishing a theoretical and empirical foundation for devising more efficacious industrial strategies and macroeconomic policies.

The paper is structured as follows: The second section comprises a literature review, examining pertinent theoretical frameworks and empirical studies. Subsequently, an account of the data and methodology is provided. The fourth part entails the examination and interpretation of the results obtained from the research. And the final one is a summary.

Conceptual and contextual background

Exchange rate fluctuations and foreign trade

The correlation between changes in exchange rates and international trade is an intricate and diverse subject that has been widely examined in the realm of international economics. Fluctuations in exchange rates can impact the pricing of commodities in global marketplaces. When a nation's currency experiences depreciation, its exports become more affordable and competitive in international markets, which may lead to an increase in exports (Cooper, 2019; Aisyah & Renggani, 2021). On the other hand, when a currency appreciates, it leads to a decrease in the cost of imports and an increase in the cost of exports, so impacting the trade balance. Tunc et al. (2018) emphasized that fluctuations in exchange rates will have a substantial impact on the import and export commerce. The researchers examined the correlation between the U.S. real exchange rate and foreign trade to investigate the impact of the U.S. dollar exchange rate on U.S. international trade statistics. The conclusive findings indicate that the decrease in the actual exchange rate observed in the U.S. domestic economic market is advantageous for its participation in international market trade to enhance its export competitiveness.

Furthermore, abrupt fluctuations in currency exchange rates might not only disturb established trade alliances, but also compel export-focused enterprises to modify their supply chain tactics or shift their manufacturing facilities. The study conducted by Anisak and Mohamad (2020) reveals that export-oriented companies can mitigate profit losses resulting from the appreciation of the local currency by strategically sourcing raw materials from the same location where their products are sold. This is made possible by leveraging changes in income due to local exchange rate

fluctuations. Enterprises build new production bases to prevent their own interests from being affected by exchange rate changes, and at the same time reduce the foreign trade volume of the home country.

Natural gas demand and manufacturing production

As an important energy source, natural gas plays a central role in global manufacturing. With the growing global demand for sustainable and clean energy, natural gas is increasingly important in promoting the development of manufacturing and supporting technological innovation. Research by Ahmad & Zhang (2020) shows that natural gas supply and demand are closely related to the growth and efficiency of manufacturing, especially in energy-intensive industries.

Natural gas price fluctuations have a significant impact on manufacturing output and costs. Low natural gas prices stimulate consumer demand, help reduce production costs, and improve the global competitiveness of the manufacturing industry (Brändle et al., 2021). Price instability may increase a company's operational risks and affect investment decisions. In the case of rising natural gas prices, some manufacturing industries that rely on natural gas as their main energy source may face rising costs and compressed profits.

Stable demand for natural gas also helps maintain stable supply chains for manufacturing production. It helps maintain consistent energy costs, which is especially important in energy-intensive manufacturing industries where energy costs directly impact production costs and final product pricing. In addition, the reliability of natural gas supply ensures the continuity and efficiency of the production process, thereby avoiding production delays or shutdowns due to supply disruptions, which is critical to meeting market demand. Stable natural gas prices and supplies also support companies in making accurate long-term planning and investment decisions, especially when it comes to new technologies and facility upgrades. Moreover, as a relatively clean energy source, the stability of demand for natural gas is crucial to establishing and maintaining confidence in the energy market and manufacturing manufacturers. Frequent fluctuations in energy demand and supply can damage a company's market position and reputation (Riera et al., 2023).

Manufacturing production and battery industry development

Recently, due to the rising global demand for sustainable energy and electric vehicles, the battery industry has emerged as a significant driver of economic growth worldwide. The growth of the battery industry has been significantly influenced by advancements in manufacturing, particularly in the high-tech and energy fields. This association has been examined and verified in numerous scholarly investigations.

The battery industry has significant growth due to technological advancements in the manufacturing sector (Olabi et al., 2023). The advent of novel materials and advanced production techniques has led to substantial enhancements in battery performance, such as heightened energy density, diminished cost, and prolonged lifespan. These technological improvements not only improve the competitiveness of battery products, but also stimulate new market demand, particularly in the areas of electric vehicles and renewable energy storage. Technological advancements in lithium-ion batteries have significantly bolstered the widespread use of electric vehicles.

The total progress of the manufacturing sector is also closely linked to the expansion of the battery business. Countries with a robust manufacturing sector frequently experience accelerated growth in the battery industry. The reason for this is that these countries possess superior supply chains, state-of-the-art industrial facilities, and extensive technical and engineering knowledge. China, South Korea, and Japan have experienced significant expansion in the battery business and achieved worldwide market leadership due to their robust manufacturing bases (Bridge & Faigen, 2022).

The battery sector has been significantly influenced by the trend of globalization as well. The integration of global supply chains enables battery manufacturers to optimize the utilization of global resources like as raw materials, capital, and technology, leading to enhanced production efficiency and cost reduction (Rajaeifar et al., 2022). This not only facilitates the growth of the battery sector but also enhances its international export capacities. Globalization has facilitated the entry of battery makers into new markets, particularly the electric car sector in Asia, Europe, and North America (Bubbico, 2023).

Furthermore, the advancement of the battery sector is also driven by environmental policies and market demand. With the increasing worldwide emphasis on lowering carbon emissions and encouraging sustainable

development, there is a rising need from both governments and markets for battery solutions that are efficient and ecologically benign. This has stimulated the study, development, and manufacture of battery technologies, consequently bolstering the export expansion of the battery sector.

Current literature reveals comprehensive research findings on the correlation between exchange rate fluctuations and trade development, natural gas demand and manufacturing development, and manufacturing development and the battery industry. However, there is still a need for further significant studies. There are research gaps, particularly when it comes to the dynamic interactions at the junction of these domains. Existing research mostly examines the influence of exchange rate variations on overall imports and exports in general trade, with less investigation into the specific effects on the battery industry's exports. Furthermore, while the influence of natural gas demand on manufacturing has been extensively examined, there remains a scarcity of research on the precise impact of natural gas demand on the growth of the battery industry, particularly in relation to battery production and export capacities across various regions. However, the potential correlation between the advancement of manufacturing and the rise of the battery business has not been thoroughly investigated. This work seeks to address the existing research deficiencies by examining the Hungarian battery sector as a case study. It employs dynamic VAR methodology to undertake a comprehensive examination of the dynamic relationship between exchange rate changes, natural gas demand, manufacturing development, and industrial exports.

Data and Methodology

Data

The research period spans 68 monthly time series data, ranging from January 2018 to August 2023. Variables that are considered are battery industry export, exchange rates, natural gas demand, and manufacturing production statistics, which are all sourced from the Eurostat database. The battery sector² is classified under the Combined Nomenclature (CN) into two main groups, namely 8506 and 8507 (Éltető, 2023). Figure 1 demonstrates the significant growth of Hungary's imports and exports of

² Eurostat URL: <https://tinyurl.com/2e52ye5a>

battery products over the study period. Hungary has consistently maintained a trade surplus for an extended duration, and this trend is continuing to expand. For this reason, only the correlation between the export of battery products and other variables are examined. The term “exchange rate” specifically pertains to the rate at which the euro can be exchanged for the Hungarian forint (EUR/HUF)³. It is a gauge of Hungary’s level of trade in the world economy and its position in the global financial markets. The demand for natural gas reflects domestic demand and has an impact on its supply. Considering the significant reliance on natural gas in the production of battery products and its role in Hungary’s energy mix⁴, it can provide insight into the impact of energy market changes on Hungary’s industrial output and battery product exports. The production in the manufacturing industry serves as a measure of Hungary’s manufacturing capacity and is a crucial indicator for evaluating the country’s economic state and industrial well-being⁵. To mitigate potential non-stationarity and enhance the precision of the study, all variables are applied a logarithmic transformation and first-order difference.

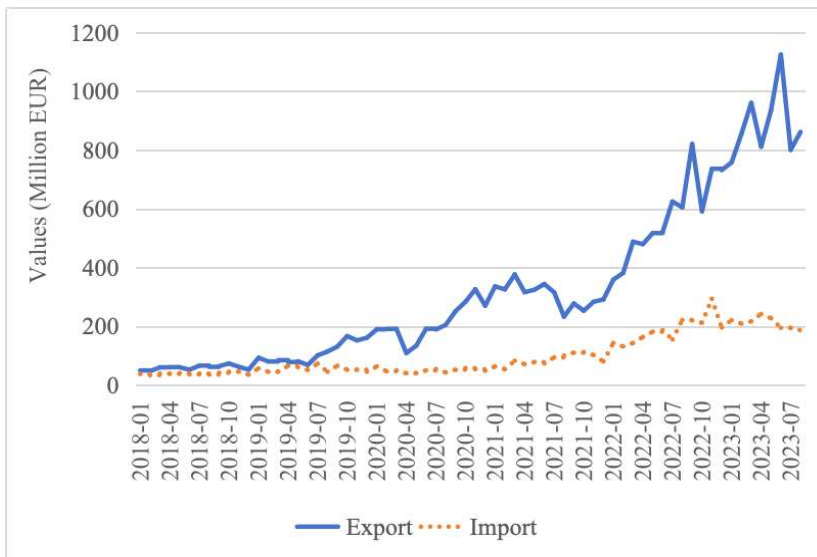


Figure 1. Trade values of battery products in Hungary from 2018 M01 to 2023 M08

Source: Plotted based on Eurostat's Comext data

³ Eurostat. URL: <https://tinyurl.com/mvmr7awn>

⁴ Eurostat. URL: <https://tinyurl.com/bdn45sah>

⁵ Eurostat URL: <https://tinyurl.com/ysexchcb>

Methodology

This study used a dynamic vector autoregressive (VAR) model to investigate the dynamic relationships among EUR/HUF exchange rate, natural gas demand, manufacturing production, and battery industry exports in Hungary. The model is a commonly employed method in econometrics for analyzing multivariate time series data, which is introduced by economist Christopher Sims during the 1980s, seeking to comprehend and measure the dynamic interconnections among various economic factors. The fundamental characteristic of the VAR model is that it represents the present value of each variable as a function of the previous values of all other variables in the model, enabling the past value of any variable to impact the present value of all other variables. This strategy offers the benefit of not only capturing the immediate effects between variables but also uncovering the long-term dynamic interactions between them. The VAR(p) model, which has a lag period of p, can be represented as:

$$Y_t = A_1 Y_{t-1} + A_2 Y_{t-2} + \dots + A_p Y_{t-p} + \mu_t \quad (1)$$

where Y_t is a vector with dimensions $n \times 1$, which represents the values of all variables at time t . $A_1, A_2, \dots, A_p$ are the matrix of coefficients. μ_t is the error term. p represents the lag order.

Within the VAR model, each economic variable functions as a component of an equation, thus several systems of equations are formed. It is called a dynamic model as the lagged value of the dependent variable is also used as an independent variable. Every equation in the model includes past values of all variables being studied and a residual term. The lag order of the model, which refers to the number of lag values, is often determined using statistical approaches such as the information criteria. The error term of the VAR model encompasses additional exogenous factors that exert influence beyond the variables incorporated inside the model.

Essential diagnostic techniques for VAR models encompass unit root tests to assess the stationarity of the data, normality of error terms, homoskedasticity, and tests to detect the absence of autocorrelation of the error term. Furthermore, the impulse response function (IRF) and variance decomposition are crucial tools for examining the dynamic interaction between variables in the VAR model. IRF examines the impact of a disturbance in one variable on other variables over a period of time, whereas

variance decomposition examines how the variability in the forecast error of each variable at different time points is accounted for by disturbances in other variables in the model.

However, although the VAR model offers a comprehensive approach to evaluate the interactions and feedback mechanisms among different variables, it has its constraints. For instance, the VAR model relies on the linear assumption, indicating that the connection between variables is constant and follows a straight line, which hinders its capacity to capture the intricate and complex patterns that may be present in economic data. Furthermore, while the VAR model excels in elucidating the dynamic interplay among variables, its forecasts and analysis are heavily reliant on past data. The model's projections may be influenced when confronted with structural changes or unexpected new shocks in the future.

Results

The results of calculations derived from the theoretical model are presented in a three-step process. Firstly, providing the basic statistics of the logarithmic changes of variables. Then, presenting equations obtained from model fittings, and the results of tests that assess non-autocorrelation, non-heteroskedasticity, and normal distribution of error terms. Ultimately, impulse response functions and variance decompositions are graphed (Kiss et al., 2020).

Basic statistics

Data stationarity is a fundamental need for conducting time series analysis. As illustrated in Table 2, it is determined that all p-values for the unit root test are below 0.01, which provides a significant rejection of the null hypothesis and suggests that all the variables utilized in the dynamic VAR model analysis are in fact stationary., it is observed that the p-values of the unit root test are all below 0.01. This strong rejection of the null hypothesis indicates that the variables incorporated in the VAR model analysis are all stable. Additionally, in certain instances, variables adhere to the standard normal distribution.

Test	variable	$\Delta \text{Logbpev}$	$\Delta \text{Logpimi}$	ΔLogngd	$\Delta \text{Logeuhu}$
Central moments	average	0.04	0.00	-0.02	0.00
	standard deviation	0.18	0.12	0.29	0.02
	skewness	-0.36	-0.82	-0.10	0.35
	kurtosis	4.27	5.08	3.23	3.32
Normal distribution	Jarque-Bera (p)	0.09	0.00	0.93	0.50
Autocorrelation	Ljung-Box (p)	0.02	0.01	0.00	0.91
Heteroscedasticity	ARCH-LM (p)	0.01	0.00	0.00	0.90
Unit-root	ADF (p)	0.00	0.00	0.01	0.00

Table 1. Basic statistics of input variables

Source: Plotted with Matlab2023a MFE toolbox and Eviews 11 software

Dynamic VAR model

The time lag order of the dynamic VAR model was established based on the information criteria (IC). The Schwarz IC suggested a 0-month time lag, whereas the Hannan-Quinn IC proposed a 1-month time lag. Additionally, it relies on the assumption of the error terms following a normal distribution and being non-autocorrelated. The LR, FPE, and AIC criteria indicated a 6-month temporal delay. Based on the optimal lag length determination criteria, the model opted to employ a time lag of 6 months.

Dynamic VAR model with a 6-month lag is reliable. As depicted in Figure 2 below, the inverse root diagram of the AR characteristic polynomial reveals that all roots are situated within the unit circle at present. This indicates that the VAR model being estimated is stable.

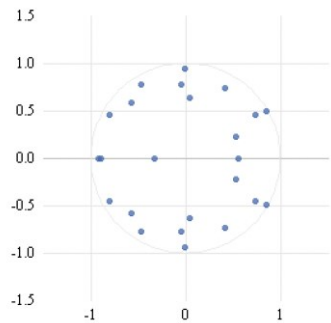


Figure 2. Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial

Source: Plotted with Eviews 11 software

Based on the model diagnosis presented in Table 3, the LM test indicates that the error term of the VAR equation satisfies the assumption of non-autocorrelation overall. Additionally, the White test demonstrates that the error term meets the requirement of non-heteroscedasticity. Furthermore, the Jarque-Bera test confirms that the error term follows a normal distribution.

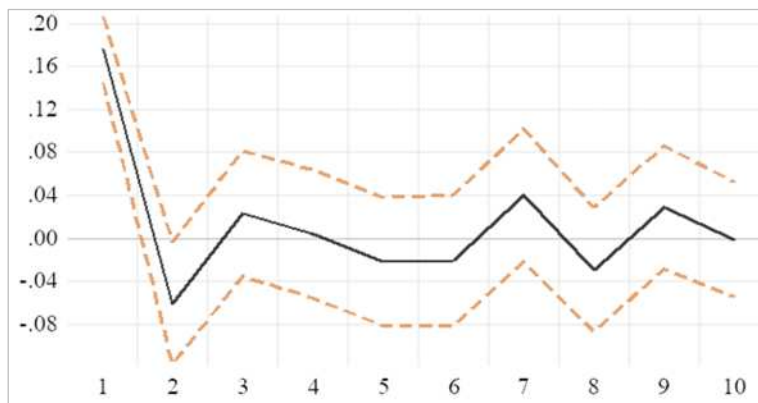
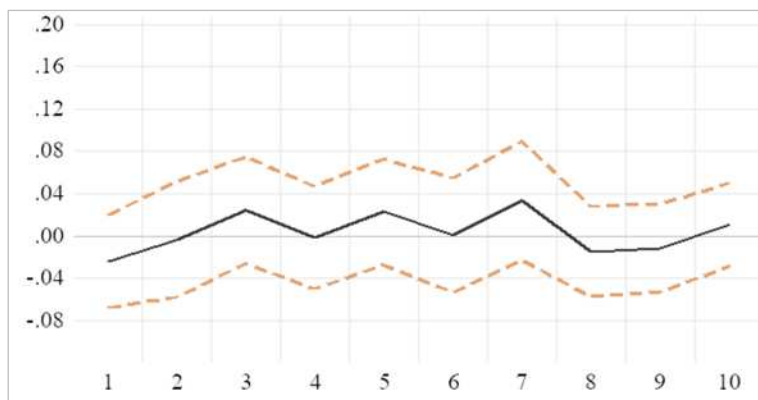
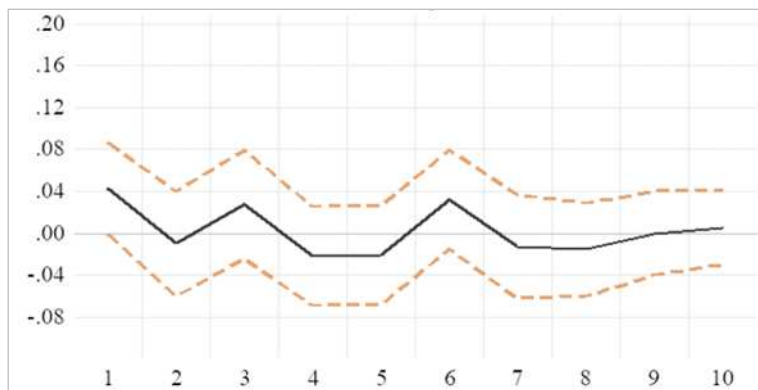
		time lag	p-value		time lag	p-value
LM-test	h-time lag	1	0.0145	1:h time lag	1	0.0145
		2	0.6069		2	0.0358
		3	0.8289		3	0.1105
		4	0.0915		4	0.0191
		5	0.8271		5	0.1232
		6	0.4897		6	0.1048
		7	0.3040		7	0.4032
Jarque-Bera test		Joint	0.8451	White test	Joint	0.9170

**Table 2. Examination of error terms of the two VAR equations:
non-autocorrelation, non-heteroskedasticity and normal distribution**

Source: Plotted with Eviews 11 software

Impulse response functions and variance decomposition

Impulse response functions (IRFs) are frequently employed in time series analysis to comprehend the temporal evolution of an economic or financial variable when another variable experiences a unit shock. Figure 3 displays a graphical representation where the horizontal axis represents the months following the impact, while the vertical axes reflect variations in the growth rate of battery product exports. Due to space constraints and a desire to emphasize the main point, the sole response variable included in this article is the growth rate of battery product exports.

Response of battery products export on shock of battery products export**Response of battery products export on shock of EUR/HUF rate****Response of battery products export on shock of natural gas demand**

Response of battery products export on shock of production in manufacturing

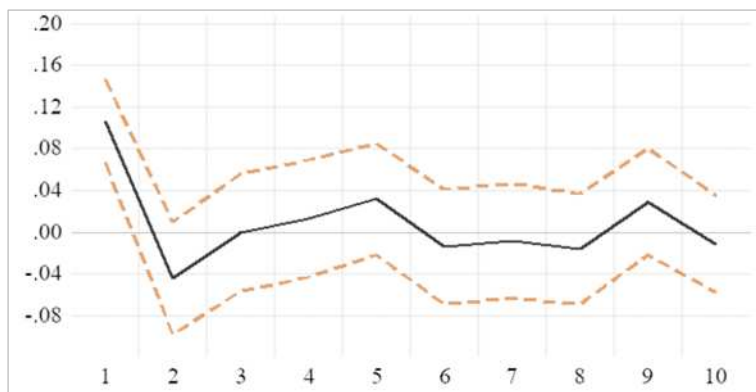


Figure 3. Impulse response functions of the dynamic VAR model

Note: Black solid lines indicate impulse response functions, while 95% (± 2 S.E.) confidence intervals are shown in the dotted lines.

Source: Plotted with Eviews11 software

The export growth rate of battery products is responsive to its own effects. During the initial month, the battery product export growth rate exhibits the highest response to the self-shock, which thereafter decreases rapidly. By the second month, there is a negative response, suggesting a fall in the growth rate of battery product exports following the initial shock. Over time, the response undergoes oscillations and reaches a state of stability, fluctuating above and below the zero line, which indicates that the impact of the shock steadily diminishes and eventually becomes negligible. This suggests the inherent ability of the battery product market to regulate itself. The initial favorable reaction could be attributed to the anticipations of market participants of forthcoming price surges, resulting in a temporary upswing in export growth rates. Nevertheless, this surge is not viable in the long term as the market will promptly rectify this irregularity, leading to a decline in export growth rates.

From the correlation between the growth rate of battery product exports and the Euro/Hungarian Forint (EUR/HUF) exchange rate, it can be observed that in the first month following the impact, the growth rate of battery product exports shows a slightly positive response to the impact of the EUR/HUF exchange rate. Over the subsequent months, this response exhibits a more optimistic trend, suggesting that the export growth rate of this product experienced an upturn in response to shocks in the EUR/HUF exchange rate. During the 5th epoch, the reaction reaches its

maximum and thereafter begins to decrease. After some time, the response gradually diminishes and starts to oscillate about the zero line, signifying a reduction in the impact of the shock as time passes. The nexus between fluctuations in exchange rates and the growth rate of exports additionally points to alterations in price competitiveness. When the EUR/HUF exchange rate depreciates, i.e., the euro loses value compared to the Hungarian forint, it could lead to a decrease in the price of battery products offered in Hungary to the international market, which, in turn, may boost abroad demand for these items and increase exports. Nevertheless, the invigorating influence of this effect is brief, indicating that additional elements like market saturation or counterparty responses may promptly counterbalance the early consequences of fluctuations in currency rates.

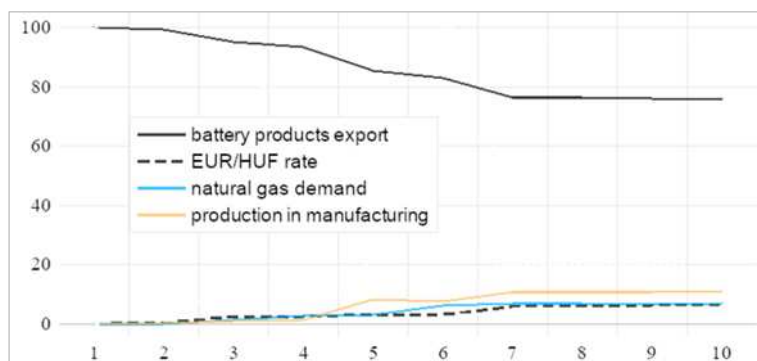
Shocks to the demand for natural gas also affect the growth rate of exports of battery products. Following the initial shock, the export growth rate of battery products shows a modest upward response to the increase in natural gas demand, albeit not significantly. Consequently, the response swings and cycles between positive and negative values, indicating that the export growth rate of export inconsistently reacts to changes in demand at different time intervals. After approximately 4 months, the response gradually diminishes to nearly zero and remains momentarily before the growth rate starts fluctuating between positive and negative values once more. It means that the influence of fluctuations in natural gas demand on the growth rate of battery product exports is dynamic and constantly evolving. By the tenth month, the reaction had once again approached zero, suggesting that the long-term effect of the natural gas demand shock on the growth rate of battery product exports had diminished. The variability in response indicates that while fluctuations in natural gas demand initially affected the growth rates of battery product exports, this impact was inconsistent and differed over time. This could be attributed to the susceptibility of battery manufacturing to energy price variations, whereby fluctuations in energy prices can impact production expenses and export competitiveness.

Finally, from the perspective of the impact of manufacturing production on the export growth rate of battery products, the initial response in the first month was a small positive value, followed by a rapid decline to a negative value. Subsequently, the answer exhibited a slow ascent, returning to positive territory. From the 6th month onwards, the reaction stabilizes and varies about the zero line, suggesting that the shock to manufacturing output has a minimal long-term effect on the export growth rate

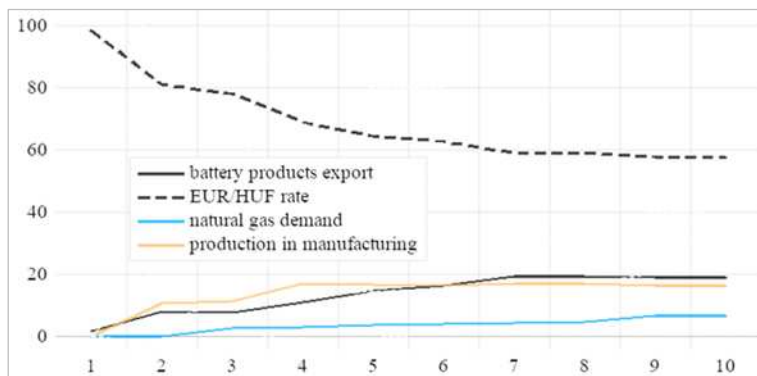
of battery products. The decline in the growth rate of battery product exports in manufacturing output may be attributed to production fluctuations that have led to temporary disruptions or uncertainty in the supply chain, thereby impacting export capacities. Subsequently, as time progresses, market adaptations and improvements in the supply chain may contribute to the recovery of export levels, resulting in a stabilization of the reaction at zero, which also demonstrates the market's ability to withstand variations in production of manufacturing industry.

Moreover, to measure the contribution level of past unexpected shocks on various variables on the error in predicting future outcomes, variance decomposition can be employed. Figure 4 demonstrates that while the growth rates of battery product exports, fluctuations in the EUR/HUF exchange rate, changes in natural gas consumption, and fluctuations in manufacturing production are mostly influenced by their own historical shocks and the contribution declines along with the time, there are also noteworthy interconnections among them. The oscillations in the EUR/HUF exchange rate, changes in natural gas demand, and fluctuations in manufacturing production lack strong causal explanations for each other, which might be due to market segmentation, the distinctiveness of supply and demand dynamics, or the indirect nature of their connection. The weak association may also be influenced by the data and the chosen methodology. However, the influence of exporting battery products on manufacturing production grows increasingly substantial. This could be attributed to the fact that the battery industry is a significant sector with high growth rate within the manufacturing industry, and its performance has a direct impact on the general well-being of the manufacturing industry.

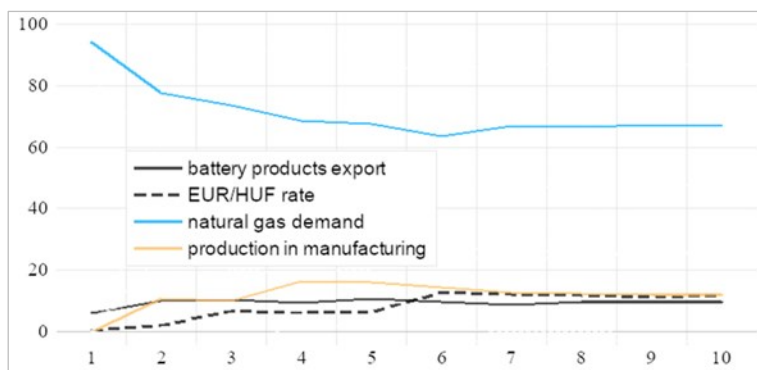
Per cent | Variance decomposition for the battery Products export



Per cent | Variance decomposition for the EUR/HUF rate



Per cent | Variance Decomposition of naturalgas demand



Per cent | Variance Decomposition of production in manufacturing

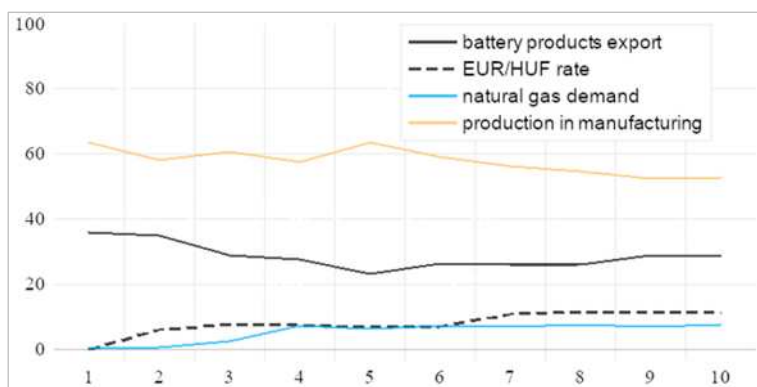


Figure 4. Variance decomposition for the battery products export

Source: Plotted with Eviews11 software

Summary

Based on time series data from January 2018 to August 2023, this article uses a dynamic VAR model to analyze how exchange rate fluctuations, natural gas demand, and production in manufacturing dynamically affect Hungary's battery industry exports. It is found that the impact of exchange rate fluctuations on the export of the battery industry is dual, including both the improvement of price competitiveness and the potential risks caused by increased market uncertainty. As a key industrial energy source, natural gas's price and demand stability significantly affect the production costs and operating efficiency of the battery industry. The technological innovation and overall development level of the manufacturing industry provide the basis for the technological progress and market expansion of the battery industry. In addition, the export of the battery industry will also have a greater impact on the fluctuations of Hungary's manufacturing industry. Judging from the impact of factors, it is mainly short-term. This reflects the self-regulatory nature of factor markets.

Compared with the existing literature, this study provides a more comprehensive framework that situates the battery industry within the interactive influence of macroeconomic factors. Unlike studies that focus solely on one aspect, this article emphasizes the interdependence and complexity among exchange rates, energy demand, and industrial policy. This has certain enlightening significance for policy makers. In order to promote the sustainable development of the Hungarian battery industry and enhance its international competitiveness, the policymakers could consider implementing a stable exchange rate management strategy to reduce the negative impact of exchange rate fluctuations on battery industry exports. Corporate exporters can also use financial instruments to manage the risk of exchange rate fluctuations. Ensuring the stability of gas supply and demand is also crucial, which involves not only increasing domestic gas production but also diversifying import sources and building strategic energy reserves. In addition, the government should provide financial incentives and R&D support to promote technological innovation in the manufacturing industry, especially the battery industry. It can also promote the creation of a favorable environment to attract venture in the battery industry and related high-tech fields, to help the domestic battery industry grow and develop.

However, although this paper provides some key insights, there are limitations, mainly reflected in the study's reliance on currently available data sets, which may have limited the depth and breadth of the analysis. Methodological choices are based on linear models, which cannot reflect the impact of non-linear relationships. Furthermore, the research focuses primarily on Hungary as a case study and may not fully cover the unique economic and cultural characteristics of the battery industry in different countries or regions. Future research directions could be to use a wider dataset from different countries or regions to enhance the generalizability and applicability of the study. In addition, studying the relationship between the development of the battery industry and other sectors is also a good research direction.

References

- Ahmad, T., & Zhang, D. (2020). A critical review of comparative global historical energy consumption and future demand: The story told so far. *Energy Reports*, 6, 1973-1991.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.egyr.2020.07.020>
- Aisyah, S., & Renggani, T. D. (2021). Determinants of Indonesia Non-Oil and Gas Exports to Non-Traditional Market. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 5(3), 2603-2609.
- Anisak, N., & Mohamad, A. (2020). Foreign exchange exposure of Indonesian listed firms. *Global Business Review*, 21(4), 918-936.
DOI: <https://doi.org/10.1177/0972150919843371>
- Bhutada, G. (2022). Mapped: EV Battery Manufacturing Capacity, by Region. *Visualcapitalist.com*, BlogPost.
URL: <https://tinyurl.com/4c37j7xz>
- Brändle, G., Schönfisch, M., & Schulte, S. (2021). Estimating long-term global supply costs for low-carbon hydrogen. *Applied Energy*, 302, Article No. 117481.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2021.117481>
- Bridge, G., & Faigen, E. (2022). Towards the lithium-ion battery production network: Thinking beyond mineral supply chains. *Energy Research & Social Science*, 89, Article No. 102659.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.erss.2022.102659>
- Bubbico, D. (2023). The Role of Institutions, Social Actors and Public Policies to Support Sustainability in the Automotive Industry in Europe. In *The Green Transition of the Automotive Industry: From Technological Sustainable Innovation to Mobility Servitization* (pp. 203-234). Cham: Springer International Publishing.
DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-37200-1_10
- Cooper, R. N. (2019). Currency devaluation in developing countries. In *The International Monetary System*. 183-211. Routledge.

- Éltető, A. (2023). *Aspects of electric vehicle battery production in Hungary* (No. 271). Institute for World Economics-Centre for Economic and Regional Studies.
- Kiss, G. D., Tanács, G. Z., Lippai-Makra, E., & Rácz, T. A. (2020). Last Resort: European Central Bank's Permanent Engagement in Tackling Foreign Exchange Liquidity Disruptions in the Euro Area Banking System. *Financial and Economic Review*, 19(4), 83-106.
DOI: <https://doi.org/10.33893/FER.19.4.83106>
- Kumar, R. R., & Alok, K. (2020). Adoption of electric vehicle: A literature review and prospects for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 253, Article No. 119911.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119911>
- Olabi, A. G., Abbas, Q., Shinde, P. A., & Abdelkareem, M. A. (2023). Rechargeable batteries: Technological advancement, challenges, current and emerging applications. *Energy*, 266, Article No. 126408.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.energy.2022.126408>
- Rajaeifar, M. A., Ghadimi, P., Raugei, M., Wu, Y., & Heidrich, O. (2022). Challenges and recent developments in supply and value chains of electric vehicle batteries: A sustainability perspective. *Resources, Conservation and Recycling*, 180, Article No. 106144.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2021.106144>
- Riera, J. A., Lima, R. M., & Knio, O. M. (2023). A review of hydrogen production and supply chain modeling and optimization. *International Journal of Hydrogen Energy*, 48(37), 13731-13755.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhydene.2022.12.242>
- Tunc, C., Solakoglu, M. N., Babuscu, S., & Hazar, A. (2018). Exchange rate risk and international trade: The role of third country effect. *Economics Letters*, 167, 152-155.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2018.03.030>

Együttműködési lehetőségek a marketing területén szálloda-fürdő komplexumok esetén

*Collaboration opportunities in the marketing
field for hotel-spa complexes*

Martos János András¹ – Szabó Zoltán²

Abstract: The rapidly changing economic environment and dynamic consumer demands pose increasing challenges for the hotel industry and recreational spa tourism, which are considered particularly sensitive sectors. As a result, operational and management structures that, due to their nature, provide a competitive advantage over their competitors and are more resistant to changes in the economic environment, are becoming increasingly significant. During the research, we examined the operational areas of spa-hotel complexes located in Hungary that are directly connected in both physical and business aspects. The fundamental question of the research was to what extent the operational model of building complexes operating under such a concept enables the exploitation of operational synergies and what advantages and disadvantages it serves for the parties involved. The central theme of the study focused on marketing activities, practices, development concepts, and collaboration opportunities at the local and regional levels. The primary research is based on in-depth interviews conducted with hotel managers and spa directors, supplemented by a questionnaire survey. The results of the questionnaires were analyzed using descriptive statistical methods.

Keywords: *Hotel industry, spa towns, spa-hotel complexes, marketing, hotel management*

JEL Codes: *L83, M31, D24*

¹ MARTOS, János András, PhD hallgató, Széchenyi István Doktori Iskola
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
(martos.janos.andras@phd.uni-sopron.hu)

² Dr. habil. SZABÓ, Zoltán PhD, MBA, külügyi igazgató, egyetemi docens
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
(szabo.zoltan@uni-sopron.hu)

Absztrakt: A gyorsan változó gazdasági környezet és dinamikus fogyasztói igények egyre nagyobb kihívásokat támasztanak a kimondottan érzékeny szektornak számító szállodaipar és rekreációs fürdőturizmus irányában. Ennek eredményeképpen egyre jelentősebb szerepet kapnak az olyan működési és üzemeltetési struktúrák, melyek jellegüknek köszönhetően versenyelőnyt élveznek a versenytársaikkal szemben, illetve ellenállóbbak a gazdasági környezet változásainak. A kutatás során olyan, Magyarországon található fürdő-szálloda komplexumok működési területeit vizsgáltuk, melyek egymással közvetlen fizikai és üzletmeneti kapcsolatban állnak. A kutatás alapkérdése, hogy az ilyen koncepcióban működő épületegyüttesek működési modellje mennyire teszi lehetővé az üzemeltetési szinergiák kihasználását és milyen előnyökkel és hátrányokkal szolgál a felek részére. A vizsgálat központi témaköre a marketing tevékenység, az itt felmerülő gyakorlatok, fejlesztési koncepciók és együttműködési lehetőségek lokális és regionális szinten. A primer kutatás szállodaigazgatókkal és fürdővezetőkkel végzett mélyinterjúkon alapszik, amit egy kérdőíves kutatás egészít ki. A kérdőívek eredményei leíró statisztikai módszerekkel kerültek elemzésre.

Kulcsszavak: szállodaipar, fürdővárosok, fürdő-szálloda komplexum, marketing, szállodaüzemeltetés

JEL-kódok: L83, M31, D24

Bevezetés és a tanulmány céljai

A turizmus iparágának különböző szektorainak termékeinek jellemzői nagyrészt hasonlóak, hiszen mindegyiket egy turisztikai úti célhoz kapcsolódó termékként vagy szolgáltatásként értelmezik. Ezek a termékek vagy szolgáltatások minőségben változnak, megfoghatatlanok és romlandók. Ezeknek a szolgáltatásoknak a piaca globalizálódott, egy úgynevezett egymásra utalt rendszer keretein belül, amelyben különböző úti célok és termékek globálisan jelen vannak, és egymásra vannak utalva. (Gonda, 2022). Így gazdasági szereplőknek nemcsak a közvetlen földrajzi környezetükben jelen lévő versenytársaikkal kell versenyezniük, hanem a globális piacon lévő játékosokkal is (Bekar et al., 2015).

Ez kiemeli a vendégigényeket kielégítő termékfejlesztés, és a folyamatosan figyelő és értékelő irányítási tevékenységek létrehozásának kulcsfontosságú szerepét a 21. században (Kulcsár & Grotte, 2018).

Azonban a vendégközpontúság mellett egy fontos szolgáltatás-tervezési elem a vállalati környezet vizsgálata is. Ez alkalmazható mind a meglévő szolgáltatásokra, mind az új szolgáltatások piaci bevezetésére (Juhász-Dóra & Ilyés, 2023).

Magyarországon a 2000-es évek eleje óta jelentős fejlődés történt a belföldi fürdőkultúrában, köszönhetően a Széchenyi Tervnek, amely a fürdőket kulcsszereplővé tette az egészségturizmusban. Semmi sem szemlélteti ezt jobban, mint az a tény, hogy a 2010-es évek első felére a belföldi éjszakai tartózkodások több mint egyharmada a spa turizmushoz kapcsolódó egészség- és wellness szállodákban valósult meg (Ruszinkó & Donka, 2019).

A jelentős belföldi és nemzetközi keresletre adott válaszként a magyar szállodaipar a fürdőfejlesztések mellett egy újdonságként ható fürdő-szálloda koncepcióban látta meg a fantáziát, amely kevésbé ismert Magyarországon, de különösen sikeres és széles körben alkalmazott fejlesztési és üzemeltetési koncepcióvá vált. Az ötlet lényege az, hogy a fürdő vonzerőjének létrehozásával párhuzamosan a hozzá kapcsolódó szálláshely fizikailag összekapcsolódik a fürdővel. Ennek előnye, hogy a szálloda beruházása költséghatékonyabb, mert nem kell saját orvosi és wellness részleggel rendelkeznie, mivel a szálloda vendégei közvetlenül a hotellel összekapcsolt fürdőben használhatják a kívánt szolgáltatásokat. A fürdőnek nyújtott előnyök közé tartozik a szolgáltatások iránti folyamatos kereslet, a szezonális csökkenése és egy komplex termék, amely vonzóbbá teszi a fürdő-szálloda komplexum környezetét a vendégek számára.

A szálloda-fürdő komplexumok USP-je (unique selling point, magyarul termékelőny) a szállodai vendégek részére közvetlen átjárási lehetőség biztosítása a szálloda és a fürdő területe között, melynek köszönhetően a vendégek a hotelből való kilépés nélkül, átmeneti zónákon keresztül jutnak be a fürdő területére, ahol teljeskörű spa szolgáltatások állnak rendelkezésükre.

A viharos gazdasági és politikai környezet, kezdve a COVID-19 pandémiával, folytatva a 2021-es orosz-ukrán háborúval, az energia- és inflációs válságokkal, és az aktuális izraeli-palesztin konfliktusban bekövetkező biztonsági aggodalmakkal, a hotelüzemeltetők és a gyógyfürdőket tulajdonló és üzemeltető helyi önkormányzatok számára általában teljesen kiszámíthatatlanná tette az üzleti tevékenységek tervezését. A piaci szereplők prioritásnak tekintették a költséghatékonyaságot és a tartalékok pótlását a

nehéz évek után. Ennek eredményeként a hatékonyan működő komplexumok értéke nőtt a piacon, és hasonló projektek egyre inkább a jövőbeli fejlesztések fókuszává váltak, mint például a 2023-ban bemutatott budapesti Rác Fürdő és Szálloda projekt. A fejlesztés eredeti tervei szerint a 2000-es évek elején átfogó felújításon átesett, nagymúltú Rác Fürdő, valamint a főváros turisztikai vonzerőjére alapozva a közvetlenül mellé épült 4* superior minősítésű szálloda vendégei közvetlenül, külön beléptetés nélkül élvezhetek volna átjárást a közfürdő területére. A hamvába hullt projektet a BGYH (Budapest Hévízei és Gyógy fürdői Zrt.) 2023-ban hosszútávú bérleti konstrukció keretében, külső üzemeltető bevonásával próbálta életre kelteni, a cikk 2024-es megjelenéséig sikertelenül.

A szerzők feltevése, hogy a szálloda-fürdő komplexumok marketing-tevékenysége során a kölcsönös tapasztalatcsere, forrás- és know-how megosztás által az ilyen szereplők kitűnnek a versenytársak közül, hatékonyabban gazdálkodnak marketing erőforrásaikkal, valamint tartós versenyelőnyre tesznek szert.

A tanulmány célja ennek a fejlesztési és működtetési modellnek és hatásának vizsgálata a szállodai marketing tevékenységre, figyelembe véve a tulajdonviszonyokat, a vezetési döntéseket, a fejlesztés végrehajtását és a mindennapi működést.

A téma leírása, releváns irodalom

A wellness, mint turisztikai termék alapvető vonzerője annak elsődleges céljából, tehát a monotonitás és az abból fakadó egészségtudatosságból fakad, aminek következményeképp prioritást élvez a pihenés, testi-lelki feltöltődés. Ennek eredményeképpen napjainkban a marketing fókuszja áttevődött az szolgáltatás igénybevételével járó előnyök ismertetéséről az általa folytatott életstílus, valamint a tudatos életvezetés irányába (Dunai & Lengyel, 2019).

A téma legtöbb kutatása a gyógyturizmusra összpontosít, ami a népesség elöregedése és az egészségtudatos életmód elterjedése miatt növekszik. A gyógyfürdők és spa-szállodák iránti kereslet a 2010-es évek óta több mint 40%-kal nőtt, ami jelentős eredmény, figyelembe véve, hogy ebben az időszakban a Nemzeti Egészségbiztosítási Alapból (OEP) származó pénzügyi támogatás nem nőtt jelentős mértékben, sőt reálértékben csökkent. Ennek a növekedésnek az egyik oka, hogy az évtized elején

a külföldiek által eltöltött szobaéjszakák részaránya nőtt, 35%-ról az évtized végére több mint 41%-ra emelkedett.

Az egészségturizmusban különböző főszereplőket lehet megkülönböztetni jellemzőik alapján. Ilyenek például gyógyfürdők, wellness fürdők, természeti és sportüdülők, valamint kulturális fürdők (Kórodi, 2012). Ezekhez a fürdőkhöz kapcsolódó szállodák lehetnek, wellness szállodák, vagy más olyan szállodák, amelyek az egészségturisztikai szolgáltatási jelleghez igazodnak (Strack, 2020).

A jogalkotó külön meghatározást vezetett be a gyógyszállodák számára. A 74/1999. (XII. 25.) EÜM rendelet értelmében a gyógyszállodának saját gyógyhatású tényezővel kell rendelkeznie, vagy azt közvetlen közelében kell elhelyezkednie. A vendégek számára elsődleges cél a pihenés és a szabadidős tevékenységekben való részvétel.

A szálloda közvetlen kapcsolata az attrakcióval, ebben az esetben a gyógyhatású tényezővel, egyszerű praktikumot jelent, hanem hangsúlyozza a szállodaüzemeltetés egyik alapelvét is, nevezetesen a költséghatékonyt (Andor, 2023). Ilyen esetekben a koncepció alapja a költség-hatékony megvalósítás, hanem a hosszú távú hatékony működés és a széles körű szolgáltatásokkal járó magas vendéglégedettség is.

A válságos időszakot követően kiemelkedően fontos szerepe van a vendéglégedettség biztosításának, illetve a szolgáltatások színvonalának folytonosságának biztosítása vagy emelése is elsődleges jelentőséggel bír. A szállodaiparban a vendégforgalom meghatározó hányadát a visszajáró vendégek generálják, így az elégedettség folyamatos mérése a szálloda-vezetés elsődleges prioritásai közé tartozik. Az elégedettség, valamint az ebből eredő lojalitás által generált újravásárlás hosszútávon profitot biztosít a vállalatnak (Kökény & Kenesei, 2018).

A 2019 óta bekövetkezett válságok során az egész turisztikai iparág szereplőinek újra kellett gondolniuk tevékenységeiket, és jelentősen át kellett alakítani kollégáik szerepét (Grotte et al., 2021). A sikeres túlélési stratégiák ezen eleme ma is népszerű maradt a piaci szereplők jelentős részénél. Ennek eredményeként a fürdő-szálloda komplexumok esetében egyre gyakrabban találkozunk összevont munkakörökkel és egyszerűsített szervezeti struktúrákkal, költség-hatékony és méretgazdaságosság eredményeként.

A turizmus szektor marketingje esetén napjainkban a legfontosabb szerepe a hatékony internetes jelenlétnek van. Eszköztárának köszönhetően lehetővé teszi a folyamatos interaktív kapcsolat ápolását a potenciális

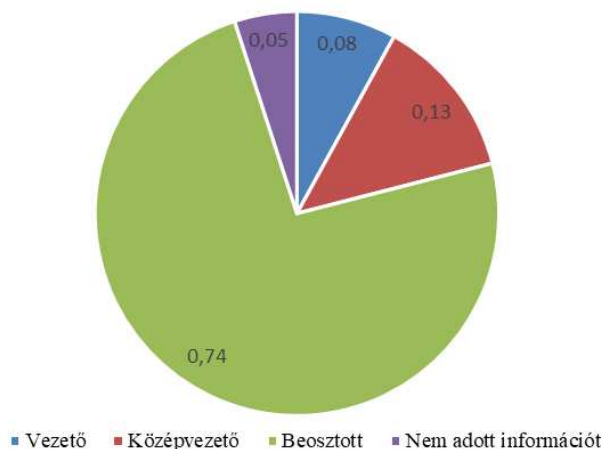
vendégekkel, így lehetővé teszi az informálást, befolyást, vásárlásra ösztönzést, valamint a lojalitás kiépítését a vendégkörben, így a közvetlen értékesítést támogatja. Ehhez szükséges a modern IT rendszerek telepítése és karbantartása, amely tartós versenyelőnyt eredményezhet a konkurenciával szemben (Grotte, 2013).

Ebből adóan a tartós piaci versenyelőny megszerzéséhez és megtartásához szükséges a hatékony működésen túl a marketing területén végzett tevékenységek, mint a guest journey (vendégút: a foglalásra való felhívástól kezdve az elutazást követő napokig) internetes végig kísérése, vendéglégedettség biztosítása, mérése és értékelése. Ezek hatékonyabb gyakorlatát elősegíthetik a cross-szektorális és a társ-szektorális együttműködések, mint a szálloda-fürdő komplexumok együttműködése.

Alkalmazott módszerek

A kutatás fókusza a jelenlegi helyzet értékelésére és a középtávú stratégiák és elképzelések megértésére irányult. A kvantitatív kutatás alapját 75 kitöltött kérdőív képezte, amelyeket 8 magyar piacon működő fürdő-szálloda komplexum alkalmazottai és vezetői töltöttek ki. Összesen 238 digitális kérdőívkitöltés realizálódott, amelynek mindegyike 19 kérdésből állt, mely a tanulmány részét képezi. Papír alapú adatgyűjtés nem történt. A válaszadási arány 31% volt.

A kérdőív kitöltői közül, 8% vezetői pozícióban, 13% középvezető, és 74% beosztott munkavállaló volt. 5% nem adott információt a pozíciójáról. A válaszadók több mint felének, 51%-nak több mint 3 éves tapasztalata volt az adott gazdasági társaságnál vagy vállalatcsoportnál, 35% több mint 1, de kevesebb mint 3 évet töltött a vállalatnál, míg 12% az elmúlt évben csatlakozott.



1. ábra: Kérdőív kitöltői, pozíció szerint

Forrás: saját szerkesztés

A kérdések nagyobb része zártvégű volt, és 6 pontú Likert-skálán volt adható válasz. Az eredményeket leíró statisztikai módszerekkel értékeltük.

Eredmények

Az alábbiakban a mennyiségi és minőségi kutatási eredmények egységes képet mutatnak abban az értelemben, hogy a jelenlegi üzemeltetési modellek nem fedik le az üzemeltetési területeket a két fél között (a fürdő és a szálloda).

Az mélyinterjúk során mind a 8 fürdő-szálloda komplexumban nyilvánvalóvá vált, hogy míg a fürdő többsége (ha nem kizárólagosan) a helyi önkormányzatoké vagy az államé, a vizsgált szállodák tulajdonosai pedig pénzügyi befektetők, és az üzemeltetők szakértő, független szállodaüzemeltető vállalatok. Ezeket a komplexumokat általában nagyobb szállodaláncok üzemeltetik, amelyek jelentős tőkével rendelkeznek a magyar piacon, mint például a Hunguest Hotels, az Accent Hotels, a Vulkán Wellness Hotel & Camping, a Danubius Hotels, a Hotel and More Group.

Az üzemeltetési modellel minden esetben hasonló. A fürdő tulajdonosa a fürdő ingatlant saját maga vagy egy meglévő gazdasági vállalat révén üzemelteti, szolgáltatásait nyújtja, és szervezi az összes szükséges gazdasági folyamatot. A kapcsolódó szálloda tulajdonosa a szálláslehetőséget egy szerződött szállodaüzemeltető vállalatot keresztül üzemelteti, és felügyeli az összes kapcsolódó folyamatot saját maga. Egyes esetekben a

szállodaüzemeltető végzi bizonyos szolgáltatások nyújtását a fürdő területén, ideértve az étel-miszer- és ital szolgáltatásokat, a belépési menedzsmentet és a recepciós feladatokat.

Tulajdonviszonyok tekintetében nincsenek jelentős összeköttetések vagy kereszt-tulajdoni megállapodások; a tulajdonviszonyok egyértelműen és különállóan elkülönülnek egymástól.



1. ábra: Fürdő-szálloda komplexumok egyik lehetséges üzemeltetési modellje

Forrás: saját szerkesztés

A két cég közötti együttműködés a jelenlegi üzemeltetési struktúrában a következő területeken azonosítható:

- Marketing.
- Gépészet.
- Informatikai rendszerek.
- Beszerzés.
- Humánerőforrások.
- Tranzakciókezelés (belépés, fizetés).

A kérdésekre adott válaszok alapján elmondható, hogy a tranzakciókezelés abszolút elsőbbséget élvez az együttműködési területek között 88%-os részarányával, addig ettől jelentősen elmaradva, de még mindig számottevő arányban tapasztalható kooperáció a marketing témakörében. Elenyésző az informatika és a beszerzés 9-9%-os részesedése.

A mélyinterjúk alapján az együttműködési területek alakulásának oka, hogy míg a tranzakciókezelés, beleértve a belépést és a fizetést, a folyamatok egyszerűsítésére szolgál és támogatja a vendégélményt, addig az informatika és a beszerzés döntései nagy mennyiségű bizalmas információt és elemzést igényelnek, amelyet a felek nem osztanak meg egymással.

Színergiák a marketingben

A kiélezett piaci helyzetben a diszkrécionális jövedelmek elköltségéért folyó versenyben a turisztikai desztinációk esetében a cross-szektorális, valamint a szektoron belüli szereplők együttműködése komplex turisztikai termékeket eredményez a piacon, ami által kihasználhatók a multiplikatív előnyök (Egyed, 2014).

A wellness területén számos új szolgáltatás születik az egészséges életmódról szóló szubjektív és széles palettán mozgó gondolkodásmódok, mely által a piaci verseny erősödése tapasztalható (Dunai & Lengyel, 2019).

A marketing területén az interjúalanyok jelentős fejlődést tapasztaltak az elmúlt években, mivel mind a fürdők, mind a szállodák felismerték, hogy versenyelőnyüket meg kell őrizniük, és egységes termékként kell megjeleníteniük a piacon. Az együttműködés megmutatkozik a költségek megosztásában, szakmai támogatásban és tanácsadásban, pályázati lehetőségek elérésében és kölcsönös láthatósági lehetőségek biztosításában.

Itt fontos megjegyezni, hogy a vizsgált szállodák jelentős részében a for-profit és az önkormányzati szektor szereplőinek együttműködéséről, egymásra utaltságáról van szó, így jelentős értékkülönbségek merülhetnek fel.

Ezek mérséklésére, valamint az együttműködés minőségének javítására javasolt értelmezni az erőforrásokat a teljes szervezeti rendszer tekintetében. Első sorban az erősségek és gyengeségek azonosítása, majd a képességek és azok jövedelemtermelő képességének meghatározása következik. Ezt követi az erőforrások egyesítése, valamint a gyengeségek lehető legnagyobb mértékű mérséklése (Tatárné Varga & Szabó, 2016).

Ennek a gyakorlati megvalósulása a mélyinterjúk alapján a vizsgált szállodákban csak részlegesen figyelhető meg, nem került sor közös marketing stratégiaalkotásra.

A 8 interjúban résztvevő megkérdezett közül 6 fő egyetértett abban, hogy a jelenleg leghatékonyabban használható marketingeszközök a social media területén keresendők. A social felületek kiválóan alkalmasak arra, hogy fokozzák a fogyasztási kedvet, növeljék a vendégek lojalitását,

így az azt használó attrakció vagy szálláshely profitabilitását. (Grotte, 2013). Mindemellett fontos kiemelni, hogy a wellnesshez és a fürdőkhöz társított test- és lélektudatos életvitel kiválóan ábrázolható, a hasonló elérési marketingeszközökhöz képest jóval alacsonyabb költségekkel és jobb konverzióval.

Ezen felül érdemes figyelembe venni a social médiának azon tulajdonságát, hogy hamis képzeteket alkothat, túl magas elvárásokat kelthet a potenciális vendégekben, ami csalódáshoz, illetve a lojalitás leépüléséhez vezethet (Michalkó & Irimiás, 2013).

Krátki és társai (2022) kutatása szerint a legtöbb utazó a social médián fellelhető tartalmak alapján inspirálódik, az általuk megkérdezettek valamivel több, mint fele utazásai során felkeresi azokat a helyeket, melyekkel már találkozott az interneten. A válaszadók harmada semlegesen válaszolt, ami arra utal, hogy esetükben nem mondható egyértelműen hatékonyak az attrakciók, valamint a szálláshelyek social médiás tevékenység. Ebből arra következtethetünk, hogy ha a fürdő-szálloda komplexumok együttesen, összetett termékként jelennek meg a social média felületein, az általuk megszólított potenciális vendégek száma jelentősen magasabb lehet, mintha egy önálló fürdő vagy szálloda tenné ugyan ezt.

Mindemellett kiemelendő, hogy a kooperáció jelentős versenyelőnyökkel kecsegteti a két felet. A mélyinterjúk alapján többek között kiemelik az épületegyüttes szolgáltatásainak komplex termékként való megjelenését a piacon, mely kiemelt attrakcióvá teszi a létesítményt. Emellett közös vendégadatbázis létrehozására nyílik lehetőség, mely lehetővé teszi a saját, vagy a partner ajánlatainak targetálását a kiválasztott vendégsegmens irányába. Ebből kifolyólag a fürdő-szálloda komplexum célcsoportja bővebb, mintha a felek önállóan jelentkeznének a piacon, kiemelendő ugyanakkor a helyes szegmentálás fontossága.

Egyes esetekben a szálloda fürdő-komplexum szerves részévé, kimagasló értékkel bíró tényezőjévé válhat a városmárkanak, aminek elsődleges céljai a helyi lakók és egyéb érdekelték igényeinek kielégítése, valamint egységes kommunikáció, városimázs és arculat kialakítása, ezáltal a város vagy település márkává formálása (Piskóti, 2016).

Bük kiváló példája a szálloda fürdő komplexumoknak a városmárkázásba történő integrációjának, ahol egyrészt európai színvonalú, egyedülálló termálkincsel és szolgáltatáskínálattal rendelkező fürdőkomplexum, hanem egy ehhez méltó, 1000 szobás szállodai kapacitás is társul. Ennek a kapacitásnak a legjelentősebb szereplője a 360 szobával rendelkező Hun-

guest Bük, mely közvetlen összeköttetéssel rendelkezik a fürdővel. A szálloda rendszeresen jelenik meg a fürdővel egyetemben vásárokon, online és print felületeken, mint a város fő vonzerőjét biztosító kiemelkedő attrakció, hiszen a vendégek jelenlegi legfőbb motivációja a fürdőzés és a wellness szolgáltatások igénybevétele. (Horváth, 2023)

Utolsó versenylőnyként a megkérdezettek szélesebb eszközpalettához jutnak az együttműködés által, ami anyagi és nem anyagi területeken is megnyilvánul. Szó lehet ilyenkor a források összevonásáról, bizonyos tárgyi eszközök használati jogának átengedéséről, know-how és partneri, valamint szállítói kapcsolatok megosztásáról.

Nem kizárólag pozitív hatásokat gyakorol a marketingtevékenység hatékonyságára az együttműködés, hiszen a felek döntési hatásköre, mozgásteret, ezáltal hatékony és gyors döntésekre való lehetősége jelentősen szűkül az önálló egységekhez képest. A megegyezések rendszerinti elhúzódása miatt az egyeztetéseket korán kell elkezdeni, ezáltal jelentős előre tervezési kényszer alatt van mindkét fél. Ide kapcsolódik, hogy a két fél tulajdoni és tőkeszerkezeti viszonyaira való tekintettel forrásaik mértéke eltér egymástól, így kötött budget áll a közös marketingtevékenység rendelkezésére.



2. ábra: Fürdő-szálloda komplexumok marketingjének területei

Forrás: saját szerkesztés

A kutatás alapján a fürdő-szálloda komplexumok marketingje a következő területekre osztható:

- Célok, célcsoport meghatározása.
- Stratégiaalkotás.
- Közös budget létrehozása.
- Erőforrások egyesítése.

A piackutatás során meghatározó folyamatok:

- Közös célcsoport folyamatos kutatása offline és online módszerekkel.
- Adatbázis létrehozása.

Online marketing esetén lényeges feladatok:

- E-üzleti alkalmazások koordinálása.
- Közös megjelenések, kampányok.

A turisztikai vállalkozások körében a legfontosabb kommunikációs csatorna a saját honlap, ugyanakkor más, interneten alapuló egyéb marketingeszközök használata is elterjedt, mint a hírlevelek vagy a közvetítők oldalain való megjelenés (Kiss, 2018).

Egyes esetekben szükséges lehet megfontolni egy egységes ernyőmárka létrehozását és fejlesztését a két külön entitás egy termékként való reprezentálására a piacokon. Ez brand marketing feladata, melyet a két fél igényeinek számításba vételével szükséges működtetni.

Kampányok tekintetében nagy ráutaltság van a közös budgetre, valamint számolni kell a belföldi és a nemzetközi kampányok hatékonyságának ingadozásával a választott célcsoportok esetén.

Megjegyezhető, hogy nagyon kevés kivétellel a vizsgált vállalkozások a KKV szektor szereplői, akik egyre inkább felismerik az online jelenlét fontosságát, így a marketingtevékenység jelentős része az interneten realizálódik. Ezen vállalkozásoknál az internetes jelenlét fontos szerepet játszik az imázs alakításában, a vevőkkel való kommunikációban és az employer branding területén is (Totth et al., 2022). Az employer branding (munkáltatói márkaépítés) tudatos folyamat eredménye, ami a szervezeti tevékenység számos területén fejti ki hatását annak érdekében, hogy a belső és külső stakeholderek (érintettek) felé a vállalat vonzerőjét kommunikálja. A tevékenység érinti a kommunikációt, a szervezeti értékrendszert, és kultúrát (Héder-Rima & Dajnoki, 2020).

Az együttműködés egyéb területei

Fontos kiemelni, hogy a 2020-as évtized elején tapasztalt válságokat követően a szállodák és fürdők menedzsmentjei egyre növekvő eredménykényszerben kénytelenek döntéseket hozni az üzemelési struktúrák hatékonyabbá tétele érdekében, ezért az együttműködésnek jelentős határai lehetnek (Martos, 2023).

A viszonylag felületes együttműködés okai visszavezethetők a szegmentált tulajdonviszonyokra, amelyek alapvető érdekkonfliktusokat teremtenek olyan kulcsfontosságú területeken, amelyekben a felek nincsenek motiválva a feloldásra. Az egyik leggyakoribb gazdasági konfliktus a szálloda vendégei által a fürdőbe fizetett belépési díj kapcsán merül fel. A fürdő minden vendég után kiszámlázza ezt a díjat a szállodának, amely aztán beépíti a jegy árát a szobaárba. Ilyen esetekben a fürdő érdeke a lehető legmagasabb ár elérésére irányul, mivel a jegybevétel a fürdő működési költségeit fedező forrást jelent, míg a szálloda érdeke az árak alacsonyan tartása. Ez azért van így, mert egy magasabb jegyár szobaárba történő beépítésre kedvezőtlenül hathat a szálloda versenyképességére. Az ehhez kapcsolódó tárgyalások általában az üzleti év kezdete előtt hat hónappal kezdődnek.

Egyeztetés gyakorisága	Kitöltők szerint ideális		Tényleges megvalósulás	
	Fürdővezetők	Szállodavezetők	Fürdővezetők	Szállodavezetők
Heti	31%	37%	5%	12%
Kétheti	18%	3%	4%	3%
Havi	15%	16%	18%	13%
Ritkább / Rendszer-telen	0%	0%	28%	16%

1. táblázat: Egységek vezetői közötti egyeztetések gyakorisága

Forrás: saját szerkesztés

Különböző fürdő-szálloda komplexumok között jelentős különbségek vannak a koordinációs rendszerben. A megkérdezett vezetők 68%-a úgy véli, hogy heti szóbeli megbeszélések megfelelőek, míg 21% a kétheti, és 11% a havi megbeszéléseket részesíti előnyben. Azonban a valóságban a válaszadók 17%-a hetente, 8%-a kéthetente, és 31%-a havonta folytat közös megbeszéléseket kollégáival. A válaszadók 44%-a úgy véli, hogy a koordináció szabálytalan, és formája változó, gyakran informális jellegű.

A két fél közötti kölcsönös függőségről szóló kérdésre válaszolva a válaszadók egyetértének abban, hogy a két szolgáltató üzleti eredményei befolyásolják egymást az üzemeltetési modell miatt. A vélemények ennek a hatásnak a mértékét illetően kissé eltérnek, de teljes az egyetértés abban, hogy egy olyan hipotetikus scenárióban, ahol a másik fél üzemeltetése szünetelne, az ő saját vállalatuk hatékonyságában azonnali és jelentős csökkenés következne be.

Az egymásrautaltság szintén megnyilvánul a vendégélmény formálásában. A szállodaigazgatók egységesen azt vallják, hogy a fürdő szolgáltatásainak minősége és változásai közvetlenül befolyásolják a szálloda megítélését. Mivel a vendég közvetlen üzleti interakcióba lép a szállodával, a vendég szemszögéből nézve a szálloda a szolgáltató. Ezért minden panasz vagy visszajelzés a szállodához irányul. Ez különösen releváns napjaink digitalizált világában, ahol a szállodák bevételeinek jelentős részét a szállásfoglalási platformok és weboldalakon keresztül foglalások teszik ki. Az itt kifejezett vélemények nagymértékben befolyásolják a szálloda megítélését, és következésképpen a foglalási hajlandóságot.

Összefoglalás és ajánlások

Fontos megérteni, hogy a fürdő-szálloda komplexumok számos kihívással néznek szembe a differenciált tulajdonosi és üzemeltetési struktúráik miatt. A kutatás kimutatta, hogy bár egyes területeken, mint például a tranzakciókezelés és a marketing, növekednek az együttműködési lehetőségek, jelentős kihívások maradnak fent a koordináció és az együttműködés tekintetében. Ennek legfőbb okai a stratégiai témakörökben erősen jelenlévő jelentős érdekellentétek a szállodák és a fürdők között, ezek kezelése, a vagyon és erőforrások aránytalan megoszlása, valamint szakmai és emberi ellentétek.

Ennek ellentmond a tanulmány elején ismertetett feltevésünk, miszerint a szálloda-fürdő komplexumok esetén a magas szintű marketing együttműködésnek köszönhetően az ebbe a szegmensbe tartozó piaci szereplők versenyelőnyt élveznek a piac más (önálló szállodák vagy fürdők) egységeivel szemben. Munkánk során ennek az ellentéte került bizonyításra, hiszen sem a management, sem pedig a kommunikáció területén nem mutatható ki mérvadó kooperáció, aminek oka az elemi érdekek jelentős ellentéte.

Az üzleti modell finomítása során érdemes áttekinteni a jelenlegi üzemeltetési folyamatokat és üzleti terveket. Különös figyelmet kell fordítani azokra a területekre, ahol a két entitás, a fürdő és a szálloda, közvetlenül

összekapcsolódnak. Ide tartozhatnak az egyes marketingstratégiák, árazás és üzleti folyamatok optimalizálásához kapcsolódó közös törekvések. Fontos az olyan területek felderítése és kiaknázása, ahol lehetőség van a fizikai és üzletviteli adottságok mellett a kooperáció fokozására. Mindezekelőtt a marketing tevékenység területén az online jelenlét, a guest journey nyomonkövetése, az elégedettség követése valamint a vendégek lojalitásának növelése kiemelendő. Ennek alapját a közös, konstruktív stratégiaalkotás, üzleti és szakmai célok meghatározása, valamint az erőforrások allokálása adhatja.

A rendszeres találkozók és konzultációk bevezetése, ahol mindkét fél képviselői részletesen megvitatják üzleti terveiket, stratégiáikat és elvárásait, létfontosságú. Ez elősegítheti az érdekek összehangolását és a potenciális konfliktusok korai azonosítását. A kutatás eredményei alapján az erősen javallott a heti rendszerességgel, dokumentált megbeszélések időzítése legalább középvezetői szinten.

A hatékony együttműködéshez átlátható és biztonságos adatmegosztás szükséges, aminek az alapja a megbízható és modern IT rendszer. Az információs rendszerek és protokollok bevezetése segíthet az adatok biztonságos átvitelében és megfelelő kezelésében, ugyanakkor mindenképpen szabályozni szükséges a beruházások megszervezése, a karbantartások és modernizálások rendjének és a felmerülő költségek szabályozása.

Mind a fürdőnek, mind a szállodának különös figyelmet kell fordítania a vendégélményre, valamint annak folyamatos nyomon követésére. A folyamatos magas színvonalú szolgáltatások, és az azt piacra vivő hatékony és egységes marketingtevékenység, mely által kiválóan reprezentálható a tudatos életvezetés részeként a termék.

A témakor aktualitása okán a témában további kutatásokat tervezünk annak érdekében, hogy a 2010-es években jelentős fejlődésen átesett magyar szállodapiac fejlődési tendenciáit feltérképezzük.

Irodalomjegyzék

- Andor, P. (2023). Versenysztratégiák a szállodaiparban : A magyar szállodaipari vállalkozások gyakorlata = Competitive strategies in the hotel industry Practice of Hungarian hotel industry enterprises. *Vezetéstudomány*, 54(3), (március), 54-69.
DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2023.03.05>
- Bekar, A., Yozukmaz, N., Gövce, M., & Sürücü, Ç. (2015). *The Concept of Cittaslow as a Marketing Tool for Destination Development: The Case of Mugla, Turkey*. 4, 54-64.
- Dajnoki, K. & Héder-Rima, M. (2020). A munkáltatói márka meghatározása és szlogen alapú értelmezése. *Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok*, 15(3-4), 93-106.
DOI: <https://doi.org/10.14232/jtgf.2020.3-4.93-106>
- Dunai, T. & Lengyel, N. (2020). A magyarországi wellness-szállodák marketingkommunikációjának új trendjei. *Turizmus Bulletin*, 19(2), 34-46.
DOI: <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2019v19n2.4>
- Egyed, K. (2014). Ha kihülne a tó... A Hévízi-gyógyító desztinációra gyakorolt gazdasági hatása. *Gazdaság & Társadalom*, 6[24](1), 102-116., ISSN 0865-7823
DOI: <https://doi.org/10.21637/GT.2014.1.08>. | URL: <https://tinyurl.com/5ev7zw2s>
- Gonda, T. (2022). Turizmus és reziliencia. *Turizmus Bulletin*, 22(2), 27-36.
DOI: <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n2.3>
- Grotte, J. (2013). E-marketing a turizmusban : az E-turizmus marketing eszköztára. *Marketing & Menedzsment*, 47(2), 25-36.
URL: <https://tinyurl.com/2uss35mn>
- Grotte, J., Pató Gáborné Szűcs, B., & Hollósy-Vadász, G. (2021). HR kihívások a pandémia idején a hazaiszállodaiparban és vendéglátásban. *Új Munkaügyi Szemle*, 2(2), 65-77 és 2(3), 81-93.
URL: <https://real.mtak.hu/123557/> ; URL: <https://tinyurl.com/fyvm68r6>
- Horváth, K. (2024). Bükfürdő imázsának élménymarketing alapú vizsgálata. In: Obádovics, Cs., Resperger, R., Széles, Zs. & Tóth, B. I. (szerk., 2024). *Fenntarthatósági átmenet: Kihívások és Innovatív megoldások : Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából*. Soproni Egyetem Kiadó, Sopron, 563-571. ISBN 9789633344996.
DOI: <https://doi.org/10.35511/978-963-334-499-6-Horvath>
- Juhász-Dóra, K., & Ilyés, N. (2023). A designmódszerek mint innovációs katalizátorok alkalmazása a szállodákban. *Turizmus Bulletin*, 23(1), 25-33.
DOI: <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2023v23n1.3>
- Kiss, K. (2018): Az internet megjelenése a hazai turisztikai vállalkozások értékesítési és kommunikációs tevékenységében. In: Reisinger, A., Happ, É., Ivancsóné Horváth, Zs. & Buics, L. (szerk.): „Sport-Gazdaság-Turizmus” Kautz Gyula Emlékkonferencia elektronikus formában megjelenő kötete. Széchenyi István Egyetem, Győr. 1-12.
URL: <https://tinyurl.com/2mr8cref>
- Kóródi M. (szerk, 2012). Boros, Sz., Mondok, A. & Várhelyi, T. (2012). Az egészségturizmuszolgáltatásai és menedzsmentje. Szolnoki Főiskola, Szolnok. ISBN: 978-963-89339-4-2.
URL: <https://tinyurl.com/ajyyxjcb>

- Kökény, L. & Kenesei, Zs. (2018). Hogyan befolyásolja a vendégek személyisége a magyar wellnessszállodákkal kapcsolatos elégedettséget? Módszertani összefoglaló. In: Józsa, L., Korcsmáros, E. & Seres Huszárik, E. (szerk., 2018). *A hatékony marketing – EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete*. Selye János Egyetem, Komárom, 328-339. ISBN 978-80-8122-236-8.
URL: <https://tinyurl.com/yc2yb999>
- Krátki, D., Berki, T., Karancsi, Z., Szabó, E. & Györi, F. (2022) The impact of social media on attitudes towards tourism. *TVT Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 7(3), 90-109., DOI: <https://doi.org/10.15170/TVT.2022.07.03.07>
- Kulcsár, N., & Grotte, J. (2018). Mit várunk a szállodáktól? : Avagy a legmeghatározóbb fogyasztói szegmens számára értéket jelentő tényezők a szállodákban. *Turizmus Bulletin*, 18(3), 4-14.
DOI: <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2018v18n3.1>
- Martos, J. A. (2023). Szállodaüzemi intézkedések irányvonalai a fenntarthatóság jegyében. In: Obádovics, Cs., Resperger, R., Széles, Zs. & Tóth, B. I. (szerk., 2023). *Társadalom – Gazdaság – Természet: Szinergiák fenntartható fejlődésben*. (Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából). Soproni Egyetem Kiadó, Sopron, 114-125. ISBN 9789633344507.
DOI: https://doi.org/10.35511/978-963-334-450-7_s3_Martos
- Michalkó, G. & Irimiás, A. (2013): Vágyni, látni és kiábrándulni: avagy hogyan válhat a film az utazások csodáját generáló forrásává. *Turizmus bulletin*, 15(2), 43-50.
- Piskóti, I. (2016). *Régió- és településmarketing : Marketingorientált fejlesztés, márkázás*. Akadémia Kiadó, Budapest. ISBN: 978-963-059-726-5
DOI: <https://doi.org/10.1556/9789630597265>
- Ruszinkó, Á., & Donka, A. (2019). Az egészségturizmus értelmezése a turizmus változó rendszerében. *Turizmus Bulletin*, 19(2), 47-57.
DOI: <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2019v19n2.5>
- Strack, F. (2019). Gyógyítanak, de milyen áron : Fenntarthatóság a magyar gyógyszállodákban. *TVT Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4(4), 71-88.
DOI: <https://doi.org/10.15170/TVT.2019.04.04.07>
- Tatárné Varga, I. & Szabó Z. (2016). A fővárosi stratégiai modell bővítésének, illetve a településmarketing területén történő felhasználásának lehetőségei. *Taylor Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Folyóirat*, 8(1), 5-13.
URL: <https://tinyurl.com/5aua7wvs>
- Tóth, G., Brávác, I., Harsányi, D., Pacsi, D. & Szabó, Z. (2022). Kihívások a hazai KKV szektor döntéshozatalában - fókuszban az online kommunikációs megjelenés. *Marketing & Menedzsment*, 56(2), 5-12.
DOI: <https://doi.org/10.15170/MM.2022.56.02.01>

Internetes források

- Gyógyfürdők szállodával: előnyök és hátrányok*. Termalonline.hu, BlogPost, 2019 október 26.
URL: <https://tinyurl.com/kuhcruue>

Melléklet

19 kérdésből álló, szállodák és fürdők részére kiküldött kérdőív

1. Milyen mértékben hangsúlyozza a szálloda-fürdő komplexumunk a természetes gyógyforrásokat és az egészségmegőrzést a marketingtevékenységeiben?
 - Egyáltalán nem hangsúlyozza 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Nagyon hangsúlyozza
2. Mennyire tükrözi vissza a marketingünk a fürdő terápiás és relaxációs szolgáltatásait?
 - Egyáltalán nem tükrözi vissza 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Teljes mértékben visszatükrözi
3. Milyen területeken működik együtt a társüzemmel?
 - Marketing
 - Gépészet
 - Informatika
 - Beszerzés
 - Humán erőforrások
 - Tranzakciókezelés (belépés, fizetés)
4. Mennyire értékesítjük a szálloda és a fürdő közötti szinergiát a marketinganyagainkban?
 - Egyáltalán nem értékesítjük 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Teljes mértékben értékesítjük
5. Mennyire használjuk hatékonyan a digitális marketingcsatornákat a szálloda-fürdő komplexum népszerűsítésére?
 - Egyáltalán nem használjuk hatékonyan 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Nagyon hatékonyan használjuk
6. Milyen gyakori egyeztetést érez megfelelőnek az Ön által vezetett szálloda / fürdő és a partnerüzem között?
 - Heti
 - Kétheti
 - Havi
 - Ritkább / Nem szükséges rendszeresen
7. Mennyire hatékonyak az offline marketingeszközök a szálloda-fürdő komplexum népszerűsítésében?
 - Egyáltalán nem hatékonyak 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Nagyon hatékonyak
8. Mennyire biztosítjuk, hogy a marketingüzenetünk összhangban legyen a szálloda és a fürdő kínálatával?
 - Egyáltalán nem biztosítjuk 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Teljes mértékben biztosítjuk
9. Mennyire építjük és ápoljuk a visszatérő vendégkapcsolatokat a marketingstratégiánk részeként?
 - Egyáltalán nem építjük és ápoljuk 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Nagyon építjük és ápoljuk

10. Mennyire alkalmazunk mérési módszereket a marketing hatékonyságának értékelésére a szálloda-fürdő komplexum terén?
 - Egyáltalán nem alkalmazunk mérési módszereket 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Nagyon gyakran alkalmazunk mérési módszereket
11. Mennyire hatékonyak a különleges ajánlatok és promóciók a marketingkampányaink során?
 - Egyáltalán nem hatékonyak 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Nagyon hatékonyak
12. Mennyire állítjuk elő és osztjuk meg hatékonyan az online tartalmat a szálloda-fürdő élményének bemutatására?
 - Egyáltalán nem állítjuk elő és osztjuk meg hatékonyan 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Nagyon állítjuk elő és osztjuk meg hatékonyan
13. Mennyire segítik a vendégeket a döntésben és a foglalásban az online marketingeszközök?
 - Egyáltalán nem segítik 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Teljes mértékben segítik
14. Mennyire játszik szerepet az életstílus alapú marketing a szálloda-fürdő komplexum népszerűsítésében?
 - Egyáltalán nem játszik szerepet 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Nagy szerepet játszik
15. Mennyire használjuk hatékonyan a vendégértékeléseket és visszajelzéseket a marketingstratégiánk finomhangolására?
 - Egyáltalán nem használjuk hatékonyan 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Nagyon hatékonyan használjuk
16. Mennyire illeszkedik a szálloda-fürdő komplexumunk a helyi és regionális turizmusfejlesztési stratégiákba a marketingtevékenységeink révén?
 - Szabad szavas válasz
17. Melyik helyi vagy nemzetközi szereplőkkel építettek ki hatékony partnerségeket a marketing hatékonyságának növelése érdekében?
 - Szabad szavas válasz
18. Mennyire kezeljük hatékonyan a szezonális ingadozásokat a marketingstratégiánkban?
 - Egyáltalán nem kezeljük hatékonyan 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Nagyon hatékonyan kezeljük
19. Mennyire alkalmazunk innovatív módszereket a szálloda-fürdő komplexum népszerűsítésére, hogy versenyelőnyt szerezzünk a piacon?
 - Egyáltalán nem alkalmazunk innovatív módszereket 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 Sok innovatív módszert alkalmazunk

Az öngondoskodás szerepe a hazai nyugdíjrendszer fenntarthatóságában

*The role of self-care in the sustainability
of the domestic pension system*

Bencsik Győző¹ – Pataki László²

Abstract: We set out to review pension systems, primarily in Hungary and in some European countries, to show how important it is for the state and the population to take further steps to improve the quality of older age in Hungary. It is an important fact that our financial decisions are heavily influenced by heuristics and cognitive biases, which are also crucial for self-care. A possible reduction in pensions has a direct impact on the expenditure of the respective public budgets, but also an indirect impact on budget revenues. A key strategic objective is to provide new incentives for the population to increase their self-sufficiency in the future in order to prepare for a higher quality of life in old age and thus support the functioning of the state. Finally, we present a concrete programme on pension saving combined with cognitive psychology – SAVE MORE Tomorrow.

Keywords: *Pension schemes, European countries, Sustainability, Cognitive biases, Increasing self-care*

JEL Codes: *D14, G41, H75, J32*

Absztrakt: Nyugdíjrendszerek áttekintését tűztük ki célul, elsődlegesen Magyarországon és néhány európai országban megvizsgálva azért, hogy bemutassuk mennyire fontos lenne az, hogy Magyarországon további lépéseket eszközöljön az állam és egyben a lakosság is a jobb minőségű idősebb életkor megélése érdekében. Fontos tény, hogy a pénzügyi döntéseinket heurisztikák, kognitív torzítások nagymértékben befolyásolják és ezek meghatározó jelentőséggel bírnak az öngondoskodás szempontjából is. A nyugdíjak

¹ BENCSIK, Győző, PhD hallgató

Neumann János Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola
ORCID: 0009-0003-8048-258X | E-mail: bencsikgyozo@gmail.com

² Dr. habil. PATAKI, László PhD

Neumann János Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola
ORCID: 0000-0003-3093-6988 | E-mail: lpataki63@gmail.com

esetleges csökkenése közvetlenül hat a mindenkori állami költségvetés kiadásaira, de közvetett módon a költségvetési bevételeket is befolyásolja. Kiemelt stratégiai cél, hogy újabb eszközökkel ösztönözzük a lakosságot arra, hogy növelje öngondoskodását a jövőben, ezzel felkészülve az időskori élet magasabb színvonalú megélésére, s támogatva az adott állam működési biztonságát is. Végezetül pedig egy konkrét programot mutatunk be nyugdíj-megtakarítást tekintve, ötvözve kognitív pszichológiai kérdésekkel – SAVE MORE Tomorrow címmel.

Kulcsszavak: Nyugdíjrendszerek, Európai országok, Fenntarthatóság, Kognitív torzítások, Öngondoskodás növelése

JEL-kódok: D14, G41, H75, J32

Bevezetés

A nyugdíjrendszer az egyik legfontosabb társadalmi intézmény, amely biztosítja az időskor biztonságát és stabilitását. Az emberek évtizedeken át tartó munkával járulnak hozzá a közös alaphoz, amelyből később nyugdíj formájában részesülnek. Azonban a demográfiai változások, a gazdasági kihívások és a politikai döntések folyamatosan alakítják és kihívások elé állítják a nyugdíjrendszereket világszerte. A jövőbeli várható társadalmi tendenciák okán fontos, hogy a lehetséges reformokról gondolkozzunk, amelyek hozzájárulhatnak a fenntarthatóság és a méltányosság megőrzéséhez.

A megfelelő mentális és anyagi életminőséghez szüksége van mindenkinek megfelelő mértékű jövedelemre, bevételre, amit – egy bizonyos életkor elérése után – elsősorban a nyugdíj jövedelmek biztosítanak, ami állami nyugdíjból és egyéni nyugdíjmegtakarításokból tevődhet össze. Az alap nyugdíjellátás biztosítása jelenleg az adott ország kormányának feladata, nyugellátás formájában. Az európai állami nyugdíjrendszerek kialakulása a 19. század végére tehető. Ekkor alkották meg Németországban, majd pedig Dániában azokat a fontos nyugdíjtörvényeket, amelyek elsősorban a munkások öregségi és rokkantsági nyugellátásának biztosítását célozták meg (Verbon, 2012). A magyarországi nyugdíjrendszer története az 1929-ben elfogadott nyugdíjtörvénnyel vette kezdetét, mely napjainkig jelentősebb változásokon, reformokon ment keresztül, akár belső, akár külső tényezők miatt. Kijelenthetjük, hogy önmagában a nyugdíjrendszer nem egyidős az emberrel, de e tág intervallumot tovább szűkítve, nem egyidős az ipari for-

radalommal sem, a világgazdaság különböző fejlődési pontjait nézve látható, hogy nem tekint vissza jelentős múltra és a XX. századi emberek „kiváltsága” lett csak.

Módszertan, célok ismertetése

Az országok, nemzetek közötti gazdasági és demográfiai különbségek a nyugdíjrendszerek megalkotásában, fenntartásában is különbségeket rejtenek, ezért négy európai állam jelenlegi rendszerét mutatjuk be elsődlegesen, illetve nemzetközi kitekintést teszünk a közelmúlt nyugdíjreformjai az aktív idősődéssel összefüggésben, címmel. Hisszük, hogy a különböző kulturális megközelítéstől függetlenül vannak olyan elemek, amelyek beépíthetők lennének hazánk tekintetében is.

Alaposabban mutatjuk be Magyarország nyugdíjrendszerét és a jelenlegi főbb sarokszámaira is kitérünk, azaz milyen mértékű fogyasztást tudnak megengedni a magyarországi nyugdíjasok és annak milyen hatása van a költségvetésünkre. Fontosnak tartjuk a nyugdíjmegtakarításokat, röviden elemezzük a jelenlegi tendenciát, a nyugdíjpénztári taglétszám, és a tagdíjak vonatkozásában is.

Tanulmányunk végén a megtakarítási döntésekkel kapcsolatos kognitív torzítások hatását egy konkrét amerikai kutatáson keresztül mutatjuk be. Döntéseink mögött mindig pszichológiai hatások, összefüggések húzódnak meg, a takarékoskodás tekintetében is, ezért létfontosságú, hogy megértésük az emberekkel azt, hogy adott döntésüknek milyen következményei lesznek. E gondolatokhoz szorosan kapcsolódva kifejtjük álláspontunkat arról is, hogy szükség lenne a jelenleginél szélesebb körben is az öngondoskodással kapcsolatos kutatások eredményeinek erőteljesebb disszeminálására. Ily módon a mostaninál sokkal korábban is felhívhatnánk a figyelmet a nyugdíjas évek biztonságának megteremtése érdekében megteendő lépésekre egyéni szinten is.

Tanulmányunk elsősorban egy bibliográfiai feldolgozás, vagyis szakirodalmi szintézisnek tekinthető, amelyet kiegészítenek nyilvánosan hozzáférhető adatbázisokból nyert és rendszerezett adatok.

Nemzetközi kitekintés

A tanulmányunk következő részében bemutatjuk Ausztria, Németország, Svédország és az Egyesült Királyság nyugdíjrendszereit, azok főbb jellemzőit.

Az európai országok számára régóta világossá vált, hogy a társadalom egyre nagyobb mértékű öregedése miatt az állami nyugdíjrendszereket folyamatosan módosítani, szigorítani kell úgy, hogy közben a magánnyugdíjrendszerek, a nyugdíj előtakarékossági formák elterjedését ezzel párhuzamosan növelni szükséges.

Az időskori szegénység a közelmúlt éveiben fokozatosan tovább nőtt, ami azt jelenti, hogy a szegénységben élő idősök egyre jobban lemaradnak a lakosság többi részétől, és nagyobb erőfeszítésre lenne szükség ahhoz, hogy jövedelmüket a szegénységi küszöb fölé emeljék (Orseau – Deboeck, 2021).

A nyugdíjrendszerek tipizálási lehetőségei

A Világbank 1994-ben megfogalmazott javaslata alapján hárompilléres osztályozás került kidolgozásra, amelyben a három pillér azon alapul, hogy az adott rendszert ki szervezi. Szervező lehet az állam (törvényben előírt állami nyugdíjrendszerek), a munkavállaló, illetve a munkáltató (foglalkoztatói nyugdíjrendszerek) vagy az egyének (egyéni nyugdíjrendszerek). A Világbank azt javasolta, hogy az első két pillérben a részvétel kötelező legyen, a harmadikban önkéntes. Néhány országban a foglalkoztatói nyugdíjrendszerben való részvétel kötelező (pl. Franciaország), máshol ezt teljesen önkéntes alapon működik (pl. Ausztria, Németország).

Más megközelítésben a nyugdíjrendszereket kategorizálhatjuk a következők szerint is:

- Felosztó-kirovó rendszer
- Tőkefedezeti rendszer
- Várományfedezeti rendszer

A felosztó-kirovó rendszerben a nyugdíj nem egyéni számlákon gyűlik. Itt az aktív munkavállalók által befizetett járulékok összessége egy nyugdíjfedezetet képez, amit az állam eloszt az arra jogosultak körében.

A tőkefedezeti rendszer esetében az adott évben befizetett járulékokból befolyt pénzből és a korábban felhalmozott tőkéből és tőkejövedelmekből

fizetik ki az éppen esedékes nyugdíjakat, majd az ezeken felül megmaradó részt tovább gyarapítják. A biztosítottak által járuléknak minősülő, tagdíj formájában befizetett összeget pénztárgonként egyéni számlán elkülönítik, és a felhalmozott összeget ún. biztosításmatematikai metódus alapján visszaosztják a tagoknak.

A tőkefedezeti és a várományfedezeti rendszer között sok közös vonás figyelhető meg, a legszembeütőbb az, hogy mindkét rendszer tartalékot gyűjt és tőkefelhalmozásra törekszik. Ugyanakkor a két rendszer között jelentős különbségek is megtalálhatók. A várományfedezeti rendszerben előbb történik meg a később kifizetendő nyugdíj megállapítása és csak ezután kerül sor az azok fedezetére szolgáló befizetések nagyságának meghatározására.

Ausztria nyugdíjrendszerének bemutatása

A nemek közötti egyenlőségre való törekvés, a 14. havi nyugdíjfizetés, az ún. kiegyenlítő támogatások rendszere nagyon vonzó és ezek mellett a nyugdíjszámítás módja teljesen átlátható, világos, illetve az állampolgárok számára érthető rendszeren alapul.

Az osztrák nyugdíjrendszer jelentős reformokon ment keresztül az utóbbi 20 évben, ugyanakkor az alapelv mindig megmaradt: az állami nyugdíjnak minden nyugdíjas számára biztosítania kell a tisztességes megélhetést. Ehhez hoztak egy nagyon egyszerű szabályt: az első havi nyugdíj összege nem lehet kevesebb, mint a nyugdíjas utolsó aktív, bruttó keresetének 80 százaléka, ha a nyugdíjas rendelkezik legalább 45 év szolgálati idővel és betöltötte a 65 éves életkort.

Az aktív dolgozóknak egyéni nyugdíjszámlájuk van, amelyen jóváírják a bruttó járulékalap meghatározott százalékát. Az alapba beleszámít minden olyan kereset, ami után járulékot fizettek, illetve minden olyan ellátás, ami nem keresőtevékenység, de az adott időszakra törvényben határozták meg rá a jogosultságot. Ezeket a jóváírásokat aztán minden évben valorizálják, figyelembe véve a bruttó keresetek növekedési arányait – így pontosan látják és nyomon is tudják követni, hogy mennyi az éves jóváírásuk összege. (www.fma.gv.at)

Az osztrák kormány másik reformértékű intézkedése a kiegyenlítő támogatások rendszere: ez azt jelenti, hogy minden nyugdíjasnak joga van a garantált minimális ellátásra. Ha egy osztrák nyugdíjas nyugdíja, egyéb

rendszeres jövedelme nem éri el ezt a minimumot, akkor kiegészítő támogatásért lehet folyamodni. Ez az összeg 2022-ben havonta valamivel 1.000 euró felett volt személyenként.

Az osztrák példából kiemelve úgy gondoljuk, hogy az átláthatóság – amelynek feltétele az egyéni nyugdíjszámlák vezetése – hazánkban is növelné a felelősségvállalást, hiszen objektíven láthatná mindenki, hogy a jelenlegi jövedelme alapján milyen nyugdíjjarulék összeg halmozódik fel, így ennek bevezetését megfelelő felkészülés mellett célszerűnek tartanánk itthoni környezetben is.

Németország nyugdíjrendszerének bemutatása

A mai felosztó-kirovó típusú nyugdíjrendszer mintája az 1889-ben bevezetett bismarck-i részleges társadalombiztosítási rendszer, ami alapokat teremtett a német nyugdíjrendszer működéséhez.

A kellő mennyiségű tapasztalástól függetlenül a generációs különbségek, az ország demográfiai helyzetének alakulása, (az egyre öregedő társadalom) miatt a fiatal generációkban egyre nő az aggodalom, hogy az idősek ellátása aránytalanul nagy terhet ró majd rájuk. A nyugdíjrendszer három pilléren alapul, az állami mellett kiemelt szerepe van a foglalkoztatói, valamint a privát, biztosításon alapuló megoldásoknak is. Fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy Magyarországon is hasznos lenne az állampolgárok pénzügyi tudatosságának növelése azzal a céllal, hogy ne csak az államtól várjuk a nyugdíjak megfelelő szintű biztosítását. Ennek természetesen több évtizedes politikai, társadalompszichológiai okai vannak.

A német kormány 2001-ben és 2004-ben komoly nyugdíjreformokat hajtott végre, szem előtt tartva azt, hogy a nyugdíjjarulék mértéke ne veszélyeztethesse az állami versenyképességet. Minden ember maga felelős az időskori jólétének biztosításáért – hirdetik Németországban – és minden felelősen ösztönzik az öngondoskodást. Az állami nyugdíjat egy négytényezős pontrendszer alapján számolják ki, amelyben nagy szerepe van a német nemzetgazdasági átlagbér összegének, mint viszonyítási alapnak. A rendszert úgy alkották meg, hogy az aktuális nyugdíjérték közvetítse a mindenkori gazdasági növekedést vagy csökkenést – azaz a nyugdíjasokat ugyanúgy érintik a gazdasági változások, mint a társadalom összes többi tagját. Ugyanakkor a nyugdíjszámítás képlete nem engedi, hogy a társadalom öregedése révén a nyugdíjrendszer összeomoljon. Ugyanis beépítettek egy úgynevezett fenntarthatósági alapot a rendszerbe, amelyben figyelembevételre kerül az egy járulékfizetőre jutó eltartottak száma.

A német öregségi nyugdíjhoz minimálisan szükséges időtartam mindössze 5 év (60 hónap): ennyi ideig kell biztosítottnak lenni, bármely aktív munkaképes időszakban. A nyugdíjkorhatár emelését már 2012-ben kezdték: 2029-ig – több lépcsőben – 67 évre emelik (OECD, 2023).

Egyedülálló, hogy Németországban a kisgyermek nevelése önmagában megalapozhatja az öregségi nyugdíjra való jogosultságot, ugyanis, ha valaki legalább 5 évig él Németországban, és ezalatt nevel két kisgyermeket, akkor automatikusan annyi pontot kap, mintha a német átlagbér után fizetné a járulékait, tehát állami öregségi nyugdíjra jogosult anélkül, hogy bármilyen kereső tevékenységet is folytatott volna. Ugyanakkor azon nyugdíjasok, akik nem neveltek fel gyermeket, levonást kapnak. Fontos azt megemlíteni, hogy a migráció következményeként egy bizonyos idő eltelte után ez okozhat torzulásokat a német nyugdíjrendszerben.

Természetes, hogy a német gazdaság sem a múltját, sem pedig a jelenét tekintve nem alkalmas az objektív összehasonlításra a magyar gazdasággal, ezért nem is bátorodunk azt kijelenteni, hogy valósítsuk meg az említett nyugdíjgyakorlatokat, de azt mindenképpen kiemeljük, hogy abból okvetlenül tanulhatunk, hogy megfelelő komolysággal és kommunikációval élnek a lakosság irányába azért, hogy mindenki kellő önfegyelmel viseltesse a megfelelő minőségű nyugdíjas évei érdekében.

A svéd nyugdíjrendszer bemutatása

Az alapellátástól eltekintve a régi svéd nyugdíjrendszer sokban hasonlított a magyar nyugdíjrendszerre, de a svédek megítélése szerint ez a rendszer nem volt képes reagálni a demográfiai változásokra, ezért 2003-ban elkezdték a rendszer megreformálását. Az új rendszerben a tőkefedezet nélküli felosztó-kirovó rendszer mellé létrehoztak egy valódi tőkefedezeti rendszert is, ami tényleges egyéni nyugdíjszámlákra épített ágat jelent. A két rendszer egymással összekapcsoltan működik, és igyekszik mindkét rendszer előnyeit maximalizálni, a hátrányokat pedig csökkenteni.

Hogy ez mit jelent a gyakorlatban? Azt, hogy létrehoztak egy virtuális tőkefedezeti rendszert, ami névleges egyéni nyugdíjszámlákban jelenik meg, és összekapcsolták egy valódi tőkefedezeti rendszerrel. A magánszemélyek keresetének meghatározott százalékát két egyéni nyugdíjszámlán írják jóvá, egy névlegesen és egy ténylegesen. A nyugdíjig itt gyűlnek az összegek, és azok hozamai és ez egy olyan számla, amihez a nyugdíjjogosultság elérését megelőzően nem lehet hozzáférni. A befizetett járulékok

teljes összege (a bruttó jövedelem 18,5 százaléka) tehát kétfelé oszlik: 16 százalék kerül a névleges egyéni nyugdíjszámlára, és ebből fizetik az adott év nyugdíjkiadásait. 2,5 százalék pedig a valódi egyéni számlára kerül, és ez gyarapítja a tényleges egyéni nyugdíjtőkéjüket.

Az öröklési nyereség fogalmát is bevezették, ami azt jelenti, hogy a hosszabb életű nyugdíjasok számlái között minden évben szétosztják az adott évjáratban korábban elhunytak számláin felhalmozott egyenlegeket, így ezek a számlák nem is örökölhettek, ugyanakkor egyenlegüket a többi nyugdíjas kapja meg.

A svéd nyugdíjrendszerben nincs minimális szolgálati idő, teljesen mindegy, ki hány évig dolgozott. A nyugdíj összege kizárólag az egyéni nyugdíjszámlákon felhalmozódott nyugdíjtőke nagyságától, valamint a nyugdíjigénylés időpontjában hátralévő élettartam hosszától függ, ugyanis a nyugdíj 61 és 67 éves kor között bármikor igényelhető, és minél később igényli valaki, annál magasabb összegre számíthat. Ugyanakkor létezik egy garantált alapnyugdíj is, amit mindenki megkaphat, aki betöltötte a 65. életévét, felnőtt élete során legalább 3 évig Svédországban élt, és nincs vagy nagyon alacsony összegű az állami nyugdíja. A garantált nyugdíj összege minden évben az infláció mértékével nő. A svéd modell működése számos közgazdasági vetületet magában hordoz, mert szükséges egy erős lábakon álló gazdaság és állami költségvetés, valamint egy egészségesnek mondható korfa, hiszen a 61 éves belépési korhatár jelentősen torzíthatja az aktív keresők, munkavállalók arányát is. (www.pensionsmyndigheten.se)

Az Egyesült Királyság nyugdíjrendszerének bemutatása

A nyugdíjrendszerben való állami szerepvállalás itt a legkisebb egész Európában, ennek következtében itt a legerősebb a munkáltatói és a munkavállalói nyugdíjbiztosítási rendszer, több évtizedre visszatekintő hagyományokkal és stabilitással. Az állam deklarált célja, hogy a felnőtt életkornak maximum egyharmadát töltsék nyugdíjban az állampolgárok, és ennek érdekében már évekkel ezelőtt megkezdték a nyugdíjkorhatár folyamatos emelését.

Az állami nyugdíj kizárólag a biztosítási idő éveinek számától függő úgynevezett átalánynyugdíj, tehát az azonos biztosítási évvel rendelkezők ugyanakkora összeget kapnak minden héten, mivel heti elszámolású a rendszerük. Sem a kereset, sem a járulékfizetések összege nem tükröződik tehát az állami nyugdíj összegében. Az állami nyugdíj folyósításának feltétele,

hogy az igénylő betöltse a 65. életévét, és legalább 10 évig biztosított legyen. A maximális összegre akkor jogosult, ha rendelkezik 35 biztosítási évvel, amit kötelező és önkéntes járulékfizetéssel vagy jóváírással lehet megszerezni. Ez utóbbi jár munkanélküliség, gyermeknevelés vagy hozzátartozó ápolásának időtartama alatt is.

Komolyan ösztönzik a munkában maradást, ugyanis mindenki korlátlanul dolgozhat a 65. életévéig is, miközben megszűnik a járulékfizetési kötelezettsége, sőt, a nyugdíjának összege 9 hetente nő 1 százalékkal, egészen addig, amíg nyugdíjat nem igényel, tehát a maximális állami nyugdíjösszegnél jóval többet kaphat majd, ha tovább marad a munkaerőpiacon.

Az állami nyugdíjrendszer mellett minden munkavállaló kötelezően belép a foglalkoztatói nyugdíjszolgáltatás rendszerébe is. Az itt gyűjtött nyugdíjösszeg már tükrözi a keresetet, hiszen ez képezi a járulék alapját. Ennek a rendszernek két fajtája van. Az egyikben a nyugdíj az életpálya átlagkeresetének meghatározott százaléka lehet, a másikkban pedig a jogosult és munkáltatója által megtett befizetések, kiegészítések, befektetési hozamok és állami támogatások alapján számolják ki a nyugdíj összegét.

A harmadik pillér pedig az egyéni nyugdíj megtakarítások rendszere, ennek banki és biztosítási megoldásai egyaránt elterjedtek. Az állam is támogatja ezeket, és az állampolgárok számtalan pénzügyi tanácsadói szervezetet vehetnek igénybe jövőbeni nyugdíjuk optimalizálása érdekében.

Ez a rendszer nagymértékben hasonlít a németre, itt is erősen megjelenik az államtól induló határozott és nevelő célzatú kommunikáció, miszerint nem csak az állam feladata a nyugdíjas évek biztonságának megteremtése. Ellenkezőleg, kifejezetten mérsékelt módon támogatja az állami szerepvállalás figyelembevételét, amivel exponenciális módon tette tudatosabbá állampolgárait abban, hogy önálló cselekvéssel tegyenek a saját nyugdíjas éveik megfelelő minőségű biztosításáért és csak akkor adják fel az aktív munkával töltött időszakot, amikor már nem tudnak, vagy nem akarnak dolgozni. A magyar, illetve a brit társadalom elmúlt évszázadok alatt kialakult gazdaságpszichológiai különbsége nem tűntethető el pár év alatt, már csak a második világháború után létrejött „keleti blokk” hatása miatt sem, de fokozatosan lehet azért tenni Magyarországon is, hogy az állam, mint biztos mentstáv és védelem érzése tudatosan csökkenjen az emberekben azért, hogy nagyobb felelősséget vállaljanak a nyugdíjas éveik érdekében.

Az európai unió országainak nyugdíjrendszereit érintő reform folyamatok főbb irányai

Az elmúlt évtizedekben a korai nyugdíjba vonulástól az aktív öregedés irányába mozdultak el a jóléti államok, azzal a céllal, hogy növeljék az idősebb felnőttek gazdasági aktivitását. Az 1990-es évek óta az intézményi összehasonlító tanulmányok a jelenséget a nemzeti szintű eltérések magyarázatára a push- és a pull perspektívák felől közelítik meg (Ebbinghaus, 2006). A „push” perspektíva az idősebb munkavállalókat a munkaerőpiacon sújtó strukturális korlátokra hívja fel a figyelmet. Ezek közé tartozik a megnövekedett munkanélküliség és az időskori egészségügyi kockázatok, a technológiai változások miatt elavult készségek és az időskoron alapuló munkaerőköltségek, amelyek visszatartják a munkaadókat az idősebb munkavállalók alkalmazásától. Másrészt a „pull” perspektíva, a bőkezű korai nyugdíjba vonulási lehetőségekkel és egyéb jóléti programokkal – főként munkanélküli és rokkantsági ellátásokkal – járó állami nyugdíjakat, amelyek „implicit adókat” vetnek ki a további foglalkoztatásra (Duval, 2003).

A nyugati jóléti államokban különösen az 1990-es és 2000-es években széles körű nyugdíjreformokat hajtottak végre, hogy az állami nyugdíjak költségvetési fenntarthatóságát javítsák, és elősegítsék az idősebb munkavállalók aktivizálását a gyors demográfiai előregedés közepette. A legtöbb reformintézkedés fokozatos, parametrikus változtatásokat tartalmazott, amelyek célja az állami rendszerekben az összes ellátás és az összes járulék arányának csökkentése volt. Az utóbbi évtizedek legfontosabb 7 kiigazítása közé tartozott a speciális korengedményes nyugdíjprogramok megszüntetése és a korengedményes nyugdíjba vonulás korlátozása biztosításmatematikai levonások révén, elsősorban a kontinentális Európában, de Finnországban is (Verbon, 2012). Emellett a törvényes nyugdíjkorhatárt is felemelték, hogy elősegítsék a későbbi nyugdíjba vonulást és korlátozzák a nyugdíjasok és a munkavállalók arányát. Különösen a nők állami nyugdíjkorhatárát emelték meg jelentősen az EU-szintű, nemek szempontjából semleges nyugdíjpolitika részeként, ahogyan azt Belgiumban, Olaszországban, Svédországban, Finnországban, Szlovákiában, Csehországban, az Egyesült Királyságban és az USA-ban is megtették. Az ellátások általános bőkezűségét az ellátások számítási módszereinek módosításával is csökkentették. Számos állami keresetalapú rendszerben az ellátások szintjét már nem a legmagasabb kereset, hanem az élethosszig tartó átlagos kereset alapján határozzák meg. A teljes ellátásra való jogosultsághoz szükséges járu-

lékfizetési időszakokat is meghosszabbították. Hasonlóképpen a demográfiai paramétereket, mint például a nyugdíjkorhatárnál várható élettartamot vagy a rendszer függőségi rátáját, beépítették az ellátások számításába a skandináv országokban, valamint Németországban, Ausztriában, Spanyolországban és Portugáliában (Hinrichs, 2021). Még radikálisabb változások történtek Svédországban és Olaszországban, ahol a felosztó-kirovó finanszírozással kombináló fiktív számításokat vezettek be. Hasonló elmozdulások voltak jelen Kelet-Európában is (pl. Lengyelországban, Magyarországon és Szlovákiában), bár a 2008-as pénzügyi összeomlását követően gyorsan visszaállították az állami rendszereket (Naczyk & Domonkos, 2016).

Mindezen folyamatok és változtatások tükrében a nagyobb léptékű tekintés értelmében egyértelműen beazonosítható a magánszemélyek nyugdíjtakarékoskodásának fontossága, megkérdőjelezhetetlen az öngondoskodás intézményének erősítése, már iskolás kortól kezdve. A politikai irányultságtól átítatott gondolkodásmód kismértékben gátja ennek, természetesen országonként különböző mértékben, mert egyik kormányzat sem szívesen vállalja azt fel, hogy az általa üzemeltetett állami nyugdíjrendszer nem teljesen, vagy egyáltalán nem tudja garantálni állampolgárai számára a biztos és minőségi öregkort. Ezen tények tükrében még kiemeltebb feladat a létező összes edukációs platform használata, készítése azért, hogy kellő időben figyelmeztessük az embereket a rájuk leselkedő veszélyre, ami a tényszerű demográfiai jellemzők mentén objektíven befolyással lesz a nyugdíjrendszerek fenntarthatóságára (Kovács & Dunay, 2023).

Az egyes országokban lezajlott nyugdíjreform intézkedések a legtöbb esetben hozzájárulhatnak a társadalombiztosítási, illetve nyugdíjalap hosszútávú egyensúlyának biztosításához. Ugyanakkor nem hagyhatjuk figyelmen kívül az esetleges negatív hatásokat sem. Egyes országokban a nyugdíjalap pénzügyi egyensúlyának megteremtésére irányuló intézkedések azaz a következménnyel járhatnak, hogy akár a nyugdíjak nominális értékét is csökkenteni kell, ez leginkább a svéd és a német nyugdíjrendszert érintheti. Szintén lehetséges negatív következményként kell megemlíteni, ha valamelyik nyugdíjalapnál jelentős vagyonszűkülés (eszközérték csökkenés) következik be, amely akár a nyugdíjalap csődjét is maga után vonhatja.

Az európai nyugdíjrendszerek előtt álló problémák még szembetűnőbbek azok számára, akik a mezőgazdaságban dolgoznak. A mezőgazdasági tevékenységet az alacsony jövedelmezőség és a támogatási rendszerektől való függőség jellemzi, illetve az átalakulóban lévő termelési folyamat, mint a kifejezetten nagyüzemi termelés, kedvezőtlenül hat a hagyományos

több évszázados európai mezőgazdasági termelésre, ami természetesen ki-hat a bennük dolgozó agrár vállalkozókra is, így a jövőbeni nyugdíjellátá-sukra is. Ezért célszerűbb ösztönözni a gazdálkodókat a termelés folytatá-sára, egyrészt közvetlen támogatásokkal, illetve egy speciális agráriumra vo-natkozó nyugdíjrendszer kialakításával. A nyugdíjrendszert azok számára, akik a mezőgazdaságban dolgoznak, kiszámítható módon kell kialakítani, figyelembe véve a mezőgazdaság sajátosságait. Ezért célszerű lenne a me-zőgazdasági nyugdíjbiztosítás bevezetése minden agráriummal jelentőseb-ben foglalkozó országban, így a Magyarországon is. (Giday & Tatay, 2022)

Magyarországi nyugdíjrendszer bemutatása

A hazai nyugdíjrendszer rövid történeti áttekintése

Az 1929-től életbe lépett hazai nyugdíjtörvényt, annak indoklását, a minisz-teri expozét, a vitákat és háttérszámításokat bemutató forrásmű egyértel-művé teszi a törvény bevezetésének motivációit és az akkori nyugdíjhoz való társadalmi viszonyulást: „Mint hatékony társadalmi gyógytényezőnek általánosan elismert volta, számos európai állam törvényhozását az öreg-ségi, illetőleg rokkantsági biztosításnak törvényerőre emelésére készítette... A társadalom erősítése... elsősorban az állam érdeke és feladata... a dekomponáló erőkkel szemben sikerrel csak akkor mérkőzhetik, ha megelőzi... tá-mogatja a közösség elvét képviselő, szolidarizmus jegyében fogant szociá-lis intézményeket...” (Kovrig & Frisch 1928). Hazánk nyugdíjrendszerének bemutatása kapcsán fontosnak tartjuk a kezdeteket is, ismertetve az indulás körülményeit, a nyugdíjhoz való akkori viszonyulást, vélekedést.

Már korábban is léteztek a munkások egyes csoportjai számára a nyug-díjpénztárak (bányatárspénztárak stb.), a magánalkalmazottak részére pedig több vállalati nyugdíjpénztár működött. Az 1928-ban bevezetett nyugdíj-törvény (XL. törvénycikk) viszont kötelezővé és átfogóvá tette a nyugdíj-biztosítást. A törvény leglényegesebb tartalmi elemei a következők voltak:

- a) A biztosítottak köre. A kötelező nyugdíjbiztosítás kiterjedt az összes munkásra és az évi 6000 pengőnél nem nagyobb jövedelmű magánal-kalmazottakra. Az ennél többet keresők önkéntes biztosítást köthettek (vagy elismert vállalati nyugdíjpénztár tagjai lehettek). A KSH által végrehajtott teljes körű felmérés szerint a magánalkalmazottak több mint 90 százalékát érintette e nyugdíjtörvény.

- b) A nyugdíj feltétele. Az öregségié azonos volt a két érintett kör számára: a 65. életév, mint korhatár, valamint legalább 400 heti (8 évi) biztosítás (járadékfizetés).
- c) Az ellátások fedezete. A munkáltatói terhek mérséklése érdekében a számított járulékokból a munkások esetében 0,5, a magánalkalmazottak esetében 0,8 százalékot az állam átvállalt; a dologi kiadásokhoz pedig évi 1 millió pengővel hozzájárult. A munkásokat és alkalmazottakat úgynevezett napi, illetve havi bérosztályba sorolták (12 munkás és 8 alkalmazotti osztály volt), és a járadékfizetést ehhez illesztették. A munkások nyugdíjjáradéka 3,5 százalék, az alkalmazottaké 4,3 százalék volt, ezt a munkáltatók a betegségbiztosítással együtt fizették oly módon, hogy felét a munkavállalók béréből levonták. A bevételkalkulációhoz közel 700 ezer fős taglétszámmal számoltak.
- d) Az öregségi és rokkantsági járadék két részből állt: törzsjáradékból (összege évi 120 pengő) és úgynevezett fokozódó járadékrészből, ami a befizetett járadéktömeg 24 százaléka volt a munkások és 19 százaléka az alkalmazottak esetében. A törzsjáradék a munkások átlagkeresetének 8, az alkalmazottakénak 5 százalékát tette ki. A nyugdíjat úgy kalkulálták, hogy 40 évi járadékfizetés esetén az átlagkeresetű munkás és alkalmazott számára egyaránt az átlagkereset fele legyen. (Alacsonyabb kereset mellett 50 százaléknál több, magas kereset mellett pedig kevesebb volt a nyugdíj.) Az özvegyi járadék pedig 50, az árvajáradék 30 (félárva 15) százaléka volt annak a járadéknak, amelyre a meghalt jogosult lett volna (felső korlát az elhunyt járadéka).
- e) A nyugdíjrendszer jellege. A magyar nyugdíjrendszer, mint a hasonló, induló nyugdíjrendszert működtető országokban, várományfedezeti elven alapult. Mivel hosszú időn át a rendszer tartalékgyűjtő volt, a törvény fontos részét alkotta a tartalékok kezelésének szabályozása.

A befolyt járulékokat a következőképpen kellett felosztani:

- 4 százalék öregségi stb. a biztosítási igazgatási alap javára;
- 6 százalék egészségvédő és gyógyító eljárási alap javára;
- 90 százalék járadéktartalék-alapokra.

A járadéktartalék-alap legfeljebb 20 százalékát lehetett szociális beruházásokra fordítani (Szabóné – Csemniczki, 2000).

Magánnyugdíjpénztári korszak

A magánnyugdíjpénztár (rövidítve: mnyp vagy manyup) Magyarországon a hárompilléres öregkori ellátás második pillérének – mind nevében, mind végrehajtásában – speciális magyar változata, mert az első pillér az állami felosztó-kirovó rendszer, a harmadik pedig az önkéntes nyugdíjpénztári rendszer volt.

1998. január 1-i hatállyal a Horn-kormány vezette be a pályakezdők kötelező magánnyugdíjpénztári tagságát. A magánnyugdíjpénztárak bevételeit az – addig egészében a költségvetésbe befolyt – munkavállalói járulék megosztásával biztosította. Az állami rendszerben maradék járuléka (7%) továbbra is az állami nyugdíjalapba, addig a magánnyugdíjpénztári tagok járulékából 1%-a az állami nyugdíjalapba, a maradék 6% tagdíjként - a magánnyugdíjpénztárakhoz került. A rendszer ebben a formában megszűnt 2012. január 1-jével.

A nyugdíjpénztárak működésének főbb jellemzői a következők voltak:

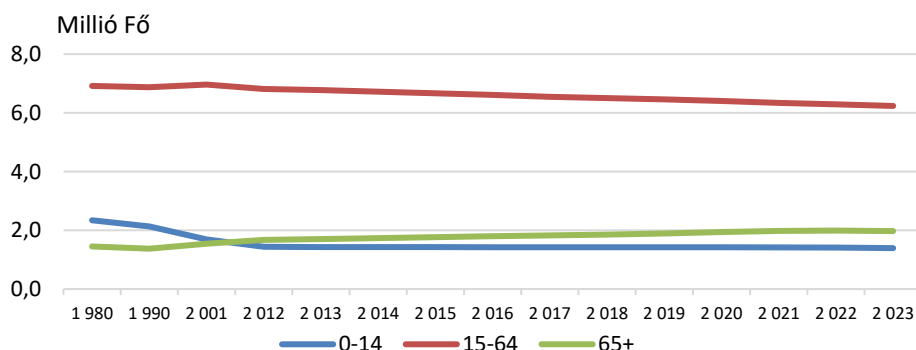
- f) a járulék egy részét a választott magánnyugdíjpénztárhoz, más részét az állami nyugdíjbiztosításhoz utalta a munkaadó; a magánnyugdíjpénztár tagja minden évben értesítőt kapott a befizetésekről, az elért hozamokról, a költségekről, és levonásokról;
- g) a magánnyugdíjpénztári számla megszűnt, ha a tag elérte a nyugdíjkorhatárt, meghalt, vagy rokkantnyugdíjas lett. A tag az összegyűlt pénzösszeget a nyugdíjkorhatár elérése után egy összegben felvehetette, vagy a statisztikai átlagéletkorig hátralévő hónapok számával elosztva, havi nyugdíjként kérhette.
- h) Az állami nyugdíjpénztár adta a nyugdíj 75%-át, míg a magánnyugdíjpénztár a hiányzó (általában legalább 25%) részt. 2004-ig törvényi garancia volt arra, hogy ha a tag magánnyugdíjpénztári számláján nincs meg a hiányzó 25%, akkor az állam ezt kiegészíti (Novoszáth, 2014).

Természetesen többfajta megközelítés más-más eredményt hoz a magánnyugdíjpénztári rendszer megítélése tekintetében, ugyanakkor véleményünk szerint a hárompilléres nyugdíjrendszer – elvonatkoztatva a múltbéli százalékos tagdíj arányoktól – egyértelműen támogatná a felelősségteljesebb nyugdíjrendszer megvalósítását, amivel az öngondoskodás növelését is fokozni lehetne úgy, hogy közben az állam terhei is egészséges mértéken

belül alakuljanak. Bízunk benne a jövőben valamilyen formában megreformálásra kerül ilyen tekintetben is a magyar nyugdíjrendszer, hiszen a már említett európai példák is megmutatják a többszintűség létjogosultságát, azoknak gazdasági és pszichológiai értelemben vett hasznosságát is. Természetesen egy ilyen reform újabb bevezetéséhez stabil államháztartási helyzet szükséges, hiszen az első időben a Nyugdíjbiztosítási Alap bevételei jelentősen csökkennének, miközben a kiadásai körében nem történne érdemi csökkenés. Az Alap hiányát a központi költségvetésből kellene kiegészíteni, ami tovább növelné annak hiányát.

Jelenleg érvényben lévő nyugdíjtörvény (1997. évi LXXXI.) főbb elemei

A nyugdíjunk egy úgynevezett felosztó-kirovó nyugdíjrendszer alapján működik. A felosztó-kirovó nyugdíjrendszerben mindig az éppen aktív munkavállalók járulékaiból kerül finanszírozásra a nyugdíjkorhatárt elért lakosság nyugdíjainak kifizetése, ami lényegében egy nagy „közös edény”, amelybe minden évben beérkeznek a munkavállalók járulékaik és minden évben kifizetésre kerülnek a nyugdíjak. E közös edény legnagyobb hátránya pedig az, hogy ha nem érkezik be elég pénz és egyre üresedik az edény, akkor sokkal megterhelőbb lesz az állam számára teljesíteni a nyugdíjakat, hiszen fokozatosan növekvő mértékben kell kiegészíteni a központi költségvetésből a beérkező járulékokat. Az 1. ábra szemlélteti a demográfiai változásokat, amelyek nem támogatják a felosztó-kirovó nyugdíjrendszer fenntartható működését, azaz több ember között kell szétosztani a csökkenő trendet mutató aktív keresőképes lakosság által befizetett járulékot.



1. ábra. Népeség korcsoportonkénti összetétele Magyarországon

Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján

A munkavállalók munkabérét terhelő adók és járulékok 2024-ben: 15 százalék személyi jövedelemadó 18,5 százalék társadalombiztosítási járulék (melyből a nyugdíjjárulék 10 százalék, az egészségbiztosítási járulék 7 százalék, a munkaerő-piaci járulék 1,5 százalék). A havi átlagkereset meghatározásához a következő kereseti elemeket veszik jelenleg figyelembe:

- az 1988. január 1-je és 1996. december 31-e közötti, illetőleg az 1988. január 1-je előtti keresetek, jövedelmek esetén a főfoglalkozásban elért jövedelmet, a kifizetett év végi részesedést, prémiumot, jutalmat,
- 1997. január 1-jétől a biztosítással járó jogviszonyból vagy jogviszonyokból származó, nyugdíjjárulék-alapot képező keresetet, jövedelmet. Azon keresetet, jövedelmet lehet figyelembe venni, amelyet nyugdíjjárulék fizetési kötelezettség terhelt, és amely összegéből a nyugdíjjárulék összegét levonták.

A társadalombiztosítási nyugellátásról szóló 1997. évi LXXXI. törvény módosítása követi a személyi jövedelemadó számítási szabály módosítását, valamint a nyugdíjjárulék-fizetési felső korlát eltörlését. A nyugdíjjárulék fizetési felső korlát eltörlése miatt megmaradt a degresszív számítási szabály. Az indokolás szerint ennek oka, hogy visszafogják a kiugróan magas keresetek hatását, ezért a hatályos Tny. 22. §-ának (6)-(9) bekezdései helyébe új, a degresszív számítási szabályt fenntartó szakaszokat építettek be. A jogszabály kimondja azt is, hogy ha a 2012. december 31-ét követően megállapított nyugdíj alapját képező havi átlagkereset 372 000 forintnál több,

- a) a 372 001 és 421 000 forint közötti átlagkereset rész 90 százalékát,
- b) a 421 000 forint feletti átlagkeresetrész 80 százalékát

kell az öregségi nyugdíj megállapításánál figyelembe venni.

Fontosnak tartjuk azt megemlíteni, hogy már a fenti nyugdíjmegállapítási kitétel megalapozza azon közgazdasági hipotézisünket, miszerint a fogyasztás vezérelt költségvetésre kiemelt hatással van és lesz a nyugdíjak mértéke, hiszen az említett degresszív számítás magában hordoz egy 10, illetve 20%-os azonnali munkabérhez képest csökkenő nyugdíj volument, ami egyenesen kihat az adott egyén havi fogyasztási kosarának nagyságára, ezáltal az állam adóbevételeire is.

Főbb gazdasági sarokszámok a nyugdíjrendszer tükrében Magyarországon

Magyarországi elemzésünkben részletesebben kitérünk arra a tényre, hogy addig, amíg a mindenkori átlagkereset és az átlagnyugdíj közötti különbség 30-40%-os mértéket mutat, addig a társadalom öregedése duplikált hatással lép fel a költségvetés, a GDP tekintetében, hiszen egyre több nyugdíjast kell „eltartani” egyre kevesebb aktív munkavállalónak, illetve a növekvő nyugdíjaskorú lakosság a csökkenő jövedelme mellett kevesebbet fogyaszt, mintha aktív kereső lenne, így a fogyasztás vezérelt gazdaságban ennek számos negatív hatása keletkezik, ami mind kívül a GDP-re és az államháztartás mérlegére is.

Elsőként a GDP nyugdíj ellátásra eső részével (1. táblázat) foglalkozunk, ami kiemelt jelentőséggel bír több tekintetben is.

Év	Nyugdíjak, ellátások, járadékok és egyéb járandóságok						Sajátjogú nyugdíjasok	
	az ellátásban részesülők		az ellátásokra fordított kiadás		egy ellátottra jutó			
	átlagos létszáma, ezer fő	a népesség százalékában	millárd forint	a GDP százalékában	havi nominál összeg, forint	ellátmány a nettó nominális átlagkereset százalékában	létszáma, ezer fő	egy főre jutó átlagos teljes ellátása, forint/hó
2000	3 104	30,4	1 228,50	9,2	32 986	59,1	2 461	39 380
2001	3 084	30,3	1 420,10	9,2	38 374	59,1	2 465	45 519
2002	3 070	30,2	1 696,3 _d	9,7	44 446 _d	57,3	2 465	52 350
2003	3 056	30,2	1 849,20	9,7	50 428	56,8	2 453	57 847
2004	3 041	30,1	2 052,70	9,7	56 244	60	2 461	63 477
2005	3 036	30,1	2 294,50	10,2	62 978	61,1	2 474	67 993
2006	3 028	30	2 510,30	10,3	69 088	62,3	2 489	73 748
2007	3 025	30,1	2 769,30	10,8	76 293	66,8	2 523	81 919
2008	3 027	30,2	3 062,60	11,2	84 306	69,1	2 525	87 247
2009	2 989	29,8	2 991,10	11,3	83 393	67,2	2 496	92 422
2010	2 937	29,3	3 043,80	11,1	86 361	65,1	2 463	97 259
2011	2 901	29,1	3 177,70	11,1	91 292	64,7	1 985	104 253
2012	2 890	29,1	3 349,70	11,6	96 600	67	2 013	112 593
2013	2 829	28,6	3 469,30	11,4	102 198	67,6	2 041	115 727
2014	2 755	27,9	3 478,30	10,6	105 197	67,6	2 023	118 439
2015	2 690	27,3	3 502,40	10	108 518	66,8	2 015	121 041
2016	2 640	26,9	3 533,50	9,8	111 535	63,7	2 046	123 725
2017	2 606	26,6	3 626,10	9,2	115 967	58,7	2 027	129 637
2018	2 584	26,4	3 791,00	8,7	122 238	55,7	2 032	134 947
2019	2 557	26,2	3 940,90	8,3	128 427	54,2	2 054	142 114
2020	2 544	26,1	4 074,60	8,4	133 457	51,3	2 029	150 571
2021	2 492	25,7	4 581,20	8,3	153 191	54,1	1 997	164 102
2022	2 441	25,2	5 305,50	8	181 137	54,5	1 990	208 168

1. táblázat. Nyugdíjak, ellátások, járadékok kimutatása Magyarországon (2000-2022)

Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján

2022-ben 8% volt a GDP-ből a nyugdíj ellátásra fordított összeg nagysága, amit jelen helyzetben egy kiinduló állapotnak vehetünk. Természetesen azon is lehet elmélkedni, hogy a 8% kevés, megfelelő, vagy sok. Véleményünk szerint az állami költségvetés jelenlegi helyzetében minden egyes százaléknak jelentősége van, hiszen a költségvetésünk deficitese, ezért érzékeny terület a nyugdíjkifizetés nagysága is. A jövőbeni hatások tekintetében egyértelmű veszélyforrásnak látjuk azt, hogy a következő évtizedekben csökkenő aktív munkavállalói kör mellett növekvő nyugdíjas létszámmal kalkulálhatunk (lásd.: 1 ábra), így duplán negatívan hat a GDP-re és annak nyugdíj ellátásra fordított összegére is. Egyrészt kevesebb munkavállaló kisebb GDP-t termel (hacsak nem nő jelentősen a munkatermelékenység), másrészt a nagyobb és növekvő nyugdíjasszám növeli a GDP arányos kiadásokat, így könnyen előfordulhat, hogy akár 12-15%-os mértéket is elérhet, ami már érzékelhető volument eredményezhet. Összességében megállapítható, hogy a GDP arányos nyugdíjkiadások hazánkban európai összehasonlításban a középmezőnyben helyezkednek el. Az általunk vizsgált négy európai országban a GDP arányos nyugdíjkiadások a következőképpen alakultak 2022-ben:

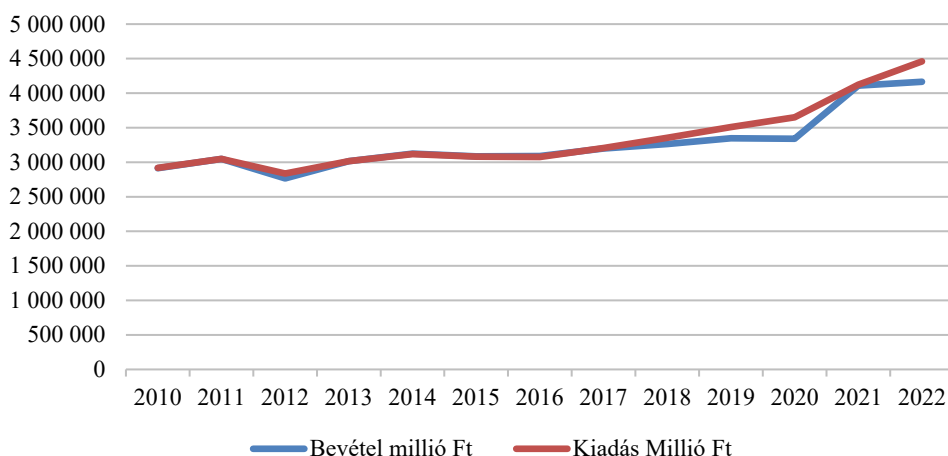
Ausztria: 13,3%

Németország: 10,3%

Svédország: 7,6%

Egyesült Királyság: 7,2%.

Érdemes megvizsgálni a nyugdíjbiztosítási alap járulék bevételeinek és a nyugdíjkifizetéseknek az egymáshoz való viszonyát is, hiszen a GDP arányos nyugdíjkifizetésekből nem lehet egyértelműen következtetni a nyugdíjrendszer stabilitására. A 2. ábrán az elmúlt 12 év vonatkozásában mutatjuk be a hazai nyugdíjbiztosítási alap bevételeinek és kiadásainak dinamikáját, valamint az egyenlegét. Látható, hogy 2017-től kezdődően az előző évek konstans nullaszaldó közeli egyenlege látványos módon deficitté kezdett válni, ami akár aggasztó is lehet abban az esetben, hogy ha nem sikerül a nyugdíjbiztosítási alap bevételeinek a növelését elérni, mert a nyugdíjak csökkentése nem reális jövőbeni scenárió.

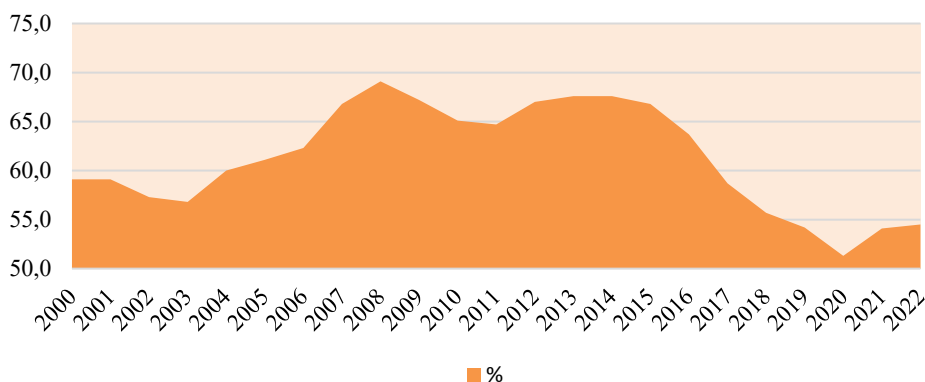


2. ábra. Hazai nyugdíjbiztosítási alap bevételei és kiadásai, azok egyenlege

Forrás: saját szerkesztés KSH adatai alapján

Magyarország költségvetésének bevételi oldala továbbra is fogyasztás vezérelt, melyet mi sem mutat jobban, mint az, hogy az általános forgalmi adó a költségvetési bevétel 23%-át tette ki 2022-ben. Felületesen szemlélve akár az a következtetés is levonható lenne, hogy a nyugdíjak emelésének az a része, amelyet a nyugdíjasok fogyasztásra költenek, a forgalmi adó bevételek növelésén keresztül hozzájárulhat a költségvetési egyensúly biztosításához. Valójában a többlet nyugdíjkifizetéseknek csak egy része kerül ily módon vissza a költségvetésbe, tehát ez nem tekinthető egyensúly javító intézkedésnek. Természetesen az átlagnyugdíj és a nettó átlagkeresetek közötti különbség csökkentése támogatandó cél lehet, de ez elsődlegesen a nyugdíjas korosztály életszínvonalának a javítása érdekében szükséges, nem pedig közgazdasági célokat szolgál.

Természetesen ez hosszabb távú folyamat, de fontos célja kell legyen az aktuális kormányzatnak, hogy minél több nyugdíjas vonuljon majd a jövőben úgy nyugdíjba, hogy a komplex havi nyugellátása és a nyugdíjmegtakarításokból eredő havi járadékának összege kevesebb mint 20%-kal térjen el a korábbi nettó átlagkeresetétől (3. ábra).



3. ábra. A nyugdíjak és egyéb ellátások havi átlaga a nettó átlagkereset százalékában Magyarországon (2000-2022)

Forrás: saját szerkesztés KSH adatai alapján

Az önkéntes nyugdíjpénztárak helyzete Magyarországon

A magánnyugdíjpénztárak jelentőségének visszaszorulásával párhuzamosan – pénztárjellegű megtakarításként – az önkéntes nyugdíjpénztárak szerepe erősödött meg. Emellett a nyugdíjbiztosítások és a nyugdíj-előtakarékoskosságot szolgáló értékpapír termékek maradtak meg. A biztosítónál kezelt adókedvezményre jogosító nyugdíjbiztosítási szerződésállomány a közeljövőben elérheti a 480 ezer darabos szintet (www.fbamsz.hu). Ugyanakkor az önkéntes nyugdíjpénztárak esetében 2022-ben a 1.137.747 fő taglétszám mellett csak 621.429 aktív tagdíjfizető fizetett átlagban 15.368 forint havi tagdíjat (2. táblázat). Áttekintve a 2. táblázatot, kifejezetten aggasztó a trend, hiszen 2013 óta kisebb eltérés mellett stagnáló taglétszámot láthatunk.

Fontos tény még, hogy a tagdíjak saját rész aránya 2016 óta folyamatosan emelkedik, ami önmagában nem probléma, de a tekintetben igen, hogy a jelenlegi társasági adórendszer nem kifejezetten támogatja a munkáltatók jelentősebb hozzájárulását, ami véleményünk szerint csökkenti a munkavállalók megtakarítási hajlandóságát is, illetve nem növeli, hiszen további munkáltatói hozzájárulás feltételezhetően további saját befizetéseket generálhatna, amit különböző jogszabályi előírásokkal is lehetne befolyásolni, gondolunk itt a kötelező önrész mellett megvalósuló munkáltatói támogatásra.

Azt, hogy miért és mennyire fontos a nyugdíjpénztári megtakarítás, egy példával illusztráljuk. Egy 40 éves munkavállaló havi 10.000 forint nyugdíjmegtakarítással átlagos hozamok és adókedvezmény folyamatos igénybevétele mellett közel 7.000.000 forintos megtakarításra tehet szert,

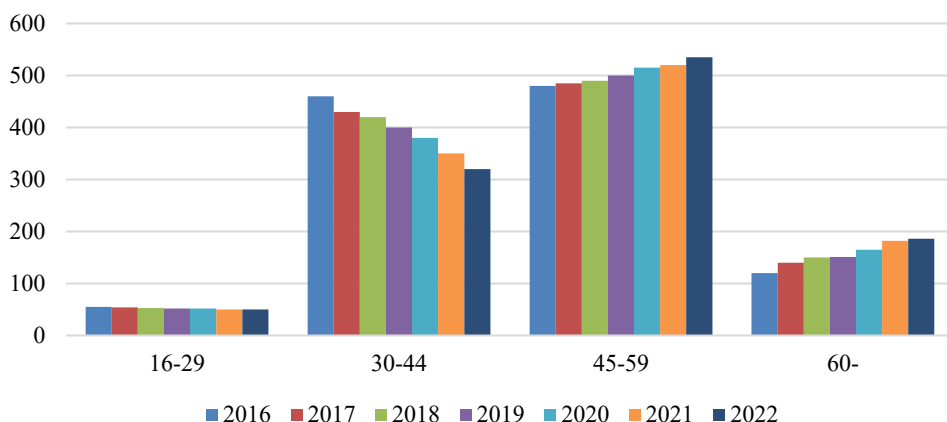
amit vagy egyösszegben vagy 15 éven át tartó járulékfizetéssel, havi 55.000 forint nyugdíjkiegészítéssel vehet igénybe. Továbbra is kiemelten fontos stratégiai célnak gondoljuk a nyugdíjmegtakarítások növelésének népszerűsítését, mind a kormányzati, mind a pénzügyi szektor tekintetében, beleértve a Magyar Nemzeti Bankot is.

Év	Taglétszám	Tagdíjfizetők létszáma	Tagdíjak, millió forint	A saját rész részaránya a tagdíjakban, %	Járadékosok létszáma	Járadék kifizetések, millió forint	Egyösszegű kifizetések száma	Egyösszegű kifizetések, millió forint
2013	1 135 789	616 243	64 495	48,2	4 232	3 926	74 838	48 520
2014	1 143 756	623 514	81 602	50,8	3 615	3 166	69 514	48 979
2015	1 203 860	630 097	91 050	55,0	3 330	4 153	76 682	59 043
2016	1 184 279	630 581	99 289	57,2	4 238	5 592	86 860	62 605
2017	1 177 194	628 960	108 569	75,4	3 966	4 927	68 232	60 233
2018	1 169 569	630 467	99 685	82,9	4 505	7 043	52 790	49 895
2019	1 164 116	616 643	100 369	83,3	5 946	10 661	77 326	90 384
2020	1 139 177	610 398	111 212	81,3	4 163	8 095	54 343	71 141
2021	1 145 514	619 056	114 192	94,0	4 043	7 757	55 014	74 374
2022	1 137 747	621 429	114 607	82,2	5 318	12 822	52 294	94 255

2. táblázat. A hazai önkéntes nyugdíjpénztárak főbb adatai:
Önkéntes nyugdíjpénztársak taglétszáma, tagdíjak és kifizetések

Forrás: saját szerkesztés KSH adatai alapján

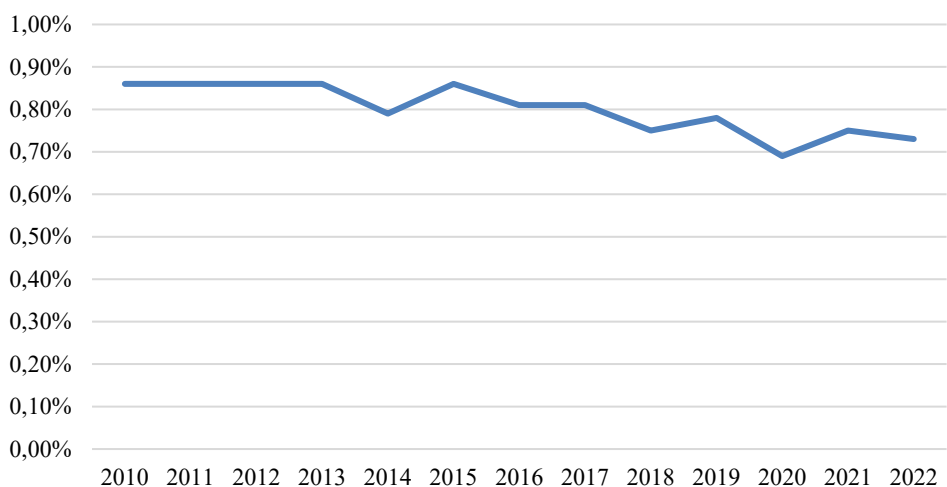
Az MNB 2022. évre vonatkozó adatai is megerősítik, hogy az öngondoskodás tudatossá és rutinná válásában még komoly tartalékok, hiányosságok vannak, ugyanis hiányoznak a fiatalok a nyugdíjpénztári szektorból: 2016-ig visszamenőleg a 30-44 év közötti tagok száma 30%-os csökkenést mutat, a 16-29 évesek száma pedig kisebb mértékű visszaesést (4. ábra). A kezelt vagyon kormegoszlásában is az tapasztalható, hogy a legfiatalabb pénztártagok vagyona javarészt stagnál, inkább az idősebb korosztály tesz többet félre a nyugdíjas évekre. E folyamatok a demográfiai adottságok tükrében kifejezetten aggasztóak, hiszen pont az a korosztály mellőzi az öngondoskodás jelentőségét, akik a jövőbeni változások lehetőségét hordozzák magukban.



4. ábra. Önkéntes pénztári taglétszám korcsoportonkénti megoszlása Magyarországon

Forrás: saját szerkesztés MNB adatai alapján

Az 5. ábra szemlélteti a magyarországi önkéntes nyugdíjpénztárak átlagos díjterhelésének alakulását, ami igazolja, hogy a pénztárak a költségek tekintetében is csökkentést hajtottak végre, ezzel is motiválva a tagokat és a leendő tagokat a pénztári tagság fenntartására és a tagviszony létesítésére egyaránt. Természetesen a díjcsökkentés csak akkor növelheti relevánsan a taglétszámot, amennyiben megfelelő marketing kommunikációval is párosul a leendő ügyfelek irányába.



5. ábra: Önkéntes pénztári átlagos díjterhelések alakulása 2010-2022 között Magyarországon

Forrás: saját szerkesztés MNB adatai alapján

**Javaslatok: kognitív torzítások szerepe a döntéshozatalban,
illetve „Holnap többet takaríthat meg” – Save more tomorrow
program bemutatása, mint egy lehetséges eszköz
az öngondoskodási hajlandóság növelésére.**

A Save More Tomorrow terv (SMarT-terv) egy Amerikában megvalósult 2001-es kutatási program volt, ami lehetővé tette a munkavállalók számára adott munkáltatók esetében, hogy jövőbeli fizetésemelésük egy részét nyugdíjcélú megtakarításokra fordítsák. „A célunk az volt, hogy olyan programot tervezzünk, amely segít azoknak a munkavállalóknak, akik szeretnének többet megtakarítani, de nincs elég akaraterő ahhoz, hogy ezt a vágyukat valóra váltsák” (Thaler & Benartzi, 2004).

„Azzal, hogy a terv néhány hónappal az emelésük előtt felkéri a munkavállalókat a csatlakozásra, kihasználja azt a tényt, hogy a legtöbbször esetében a jövőre vonatkozó önkontroll-szándékunk meghaladja a jelenben történő megvalósításunkat” (Thaler & Benartzi, 2004).

A megtakarítás utolsó akadály a veszteségtől való idegenkedés, vagyis az a tendencia, hogy az emberek a veszteségeket lényegesen nagyobb súllyal mérlegelik, mint a nyereségeket. Mivel a SMarT-terv a fizetésemeléshez kötött, a résztvevők soha nem látják, hogy a fizetésük csökkenne, így kevésbé érzékelhető a veszteségtől való idegenkedés. Status quo torzítás, mint a jelenlegi állapot preferálása szintén a kényelemkeresésből következik (Fodor, 2013). Az emberek ellenállnak a változásnak, mivel félnek a megbánástól, amely a status quo megváltoztatása érdekében tett aktív lépések esetén bekövetkezik. Ezért hajlamosak ragaszkodni ahhoz, amivel jelenleg rendelkeznek, vagyis az ellátottságukhoz. Kedveljük, ha a dolgok úgy maradnak, ahogy megszoktuk őket. A megszokott környezet biztonságot jelent, így nem törekszünk változtatásra. Nem szívesen változtatjuk meg korábbi döntéseinket sem. Ez sajnos igaz akkor is, ha a változtatás nem jár áldozattal viszont nagy lehet a tétje. Ezért halogatjuk a költözést, akkor is, ha már módunk lenne egy kényelmesebb otthonra váltani. Ezért maradunk sokkal tovább egy olyan munkahelyen, amely nem megfelelő számunkra. A megszokotthoz való ragaszkodás összhangban van a veszteségkerüléssel és olyan okokkal magyarázható, mint az előzetes elköteleződés, elsüllyedt költség hatás, kognitív disszonancia, valamint az utólagos megbánás elkerülése.

A fizetésemeléssel kombinált nyugdíjprogram képes volt a veszteségtől való idegenkedés csökkentésére (hiszen a jövőbeni fizetésemelés a jelenben nem lesz veszteségérzet), ezért bátrabban vállalnak jövőbeni kiadást

a saját költségvetésükből. A veszteségtől való idegenkedés egy nagyon erős kognitív pszichológiai torzítás és ettől függetlenül azt gondoljuk, hogy a jelenleginél sokkal több és szélesebb spektrumú kommunikációval kellene az emberek figyelmét és gondolkodását ráirányítani arra, hogy egy hosszabb távú befektetés, nyugdíj megtakarítás esetén ne csak a pillanatnyi veszteség határozza meg a döntéseiket, hanem bízzanak az időfaktorban, miszerint a hosszabb távú befektetési stratégiákat nem szabad rövid távú gondolkodással megközelíteni (Ricciardi, 2008).

Akiknek a konkrét programot felajánlották 78%-a belépett és jövőbeni fizetésének egy részéről rendelkezett, melynek kapcsán a megtakarítási ráta, 3,5%-ról 6,5%-ra nőtt az első fizetésemeléssel.

A munkáltatók is pozitívan viszonyultak a programhoz, hiszen több tekintetben elégedettebb munkavállalókkal dolgoznak, akik érzik, hogy a munkaadójuknak is fontos a későbbi jövőjük, életük a program megvalósítása okán.

Természetesen nincs arra garancia, hogy a már Amerikában bebizonyított pszichológiai kutatás maximális eredményességgel működne Magyarországon, de hisszük, hogy lenne értelme egy magyar lakossághoz igazított megvalósítási forma gyakorlati alkalmazásán dolgozni.

Számunkra egyértelműen bizonyítja az előbbi kutatás, hogy a pénzügyi döntések mögött nagyon erős pszichológiai hatások húzódnak meg, ezen belül is a kognitív torzítások pszichológiája, ami széleskörben befolyásolja a hétköznapijainkat. Feltett szándékunk, hogy a kognitív torzítások mélyebb megismerése, mozgatórugóinak feltárása után edukációs platform kialakítására tegyünk javaslatot, amivel mind a nyugdíjtakarékoskodás, mind az észszerűbb pénzügyi döntések javítását érhetjük el oly módon, hogy időben, a nyugdíjazás előtt akár 20-25 évvel felhívjuk a takarékoskodás fontosságára a figyelmet úgy, hogy az érintettek érzelmeire is hassunk. Érzélem és érvelés, a tudósok már sok mindent felfedeztek az agy felépítéséről, bár az egyes részek funkcióit illetően nem mindenki ért egyet. Úgy tűnik, hogy sok fontos érzelm központja az amigdala és nem választhatjuk szét az érzelmeket és a megismerést, amikor azt vizsgáljuk, hogy az érzelmek a döntéshozatal szempontjából jók vagy rosszak.

Damasio és Decartes (1996) figyelemre méltó bizonyítékot szolgáltat arra, hogy a döntéshozatal érzelmek nélkül szenved. A döntéshozatal és az érzelmek összefonódnak és az érzelmek kétféleképpen motiválják a döntéshozatalt. Először is, amikor egy döntés meghozatala kritikus, az érzelmek arra ösztönöznek minket, hogy meghozzuk azt. Az érzélem lehetővé teszi, hogy a döntés kritikus szempontjaira koncentráljunk, így nem bonyolódunk

bele a részletekbe. Másodszor, az érzelmeink segíthetnek abban, hogy jobb döntéseket hozzunk, ezért is fontos, hogy a nyugdíj kérdését kiemelt, érzelmekkel fűszerezett formában mutassuk meg a leendő nyugdíjasoknak.

A kockázatterzékelés újra keresésének egyik alapelve a Tversky és Kahneman (1973) munkáján alapuló elérhetőségi heurisztika volt. Ezt a heurisztikát egy esemény bekövetkezési valószínűségének, vagy gyakoriságának megítélésére használják. A pszichológia különböző kísérleteiben az eredmények azt mutatták, hogy az egyének hajlamosak a könnyebben felidézhető információkkal elfogultak lenni, befolyásolják őket az élénk, jól közzétett vagy friss információk. Az elérhetőségi heurisztika kapcsán fontos, hogy az erre vonatkozó példák könnyen megjegyezhetőek vagy vizualizálhatóak, továbbá a hozzáférhetőségi heurisztika biztosítja azt a hajlamot, hogy az egyén a könnyen elérhető információk alapján alakítsa ki döntéseit. Fontosnak tartjuk ezért azt, hogy a nyugdíj megtakarításokat a jelenleginél jóval nagyobb marketing tevékenységgel támogassák a pénzügyi intézmények, beleértve a pénzintézeteket, biztosítókat és pénztárakat egyaránt (Ricciardi, 2008).

Következtetések

A nyugdíjrendszerek néhány európai országban történő áttekintése is bizonyítja, hogy egy adott témában fontos, hogy ne csak a helyi sajátosságokban és adottságokban gondolkozzunk, hanem szerezzünk szélesebb körű tapasztalatot, ismeretet és utána vizsgáljuk meg a konkrét változtatandó kérdést. Számunkra egyértelműen beigazolódott, hogy mindenkitől lehet tanulni valamit és ha ki kellene emelnünk a legfontosabbat a négy megvizsgált ország sajátosságaiból akkor az a felelősség kérdése. Szimpatikus, hogy nem egyoldalú a nyugdíj kérdés, nem csak az állam oldalára kerül annak felelőssége, hogy az adott egyén megfelelő életszínvonalának fenntartásához elégséges nyugdíjra lesz-e majd jogosult, hanem a leendő nyugdíjas is. Ebben jelenleg nagyfokú elmaradást tapasztalunk Magyarországon, egyrészt az egyéni számla, azaz az átláthatóság meglétében, másrészt pedig az öngondoskodás lakossági kivetülésében. Mindkét területen markáns szerepe van a kormánynak, hiszen az adott kormányzati ciklusokban egyedül nekik van jogalkotási, törvénykezési javaslattevésre hatáskörük, amivel direkt módon tudnának beavatkozni e folyamatokba. Természetesen

a nyugdíjrendszernek kormányokon átívelőnek kell lennie, ezt egy hosszabb távú folyamatokat magában foglaló, jól átgondolt nyugdíjstratégia mentén lehet és szabad csak változtatni.

Közgazdasági szempontból is kiemelt prioritás a nyugdíjstratégia kialakítása és a jelenlegi módosítása, mert nem lehet az a kormányzati szándék, hogy az éves költségvetés terheinek folyamatos növelése mellett csak a nyugdíjak növelése a cél úgy, hogy közben nem gondolunk a közép és hosszabb távú jövőre. A bemutatott adatok és ábrák is egyértelműsítik, hogy a jelenlegi struktúra önmagában a kiadások drasztikus növekedésének veszélyét hordozza magában, ami az államháztartás más fontos szegmenseire is negatív hatást gyakorol. Természetesen az sem lenne jó irány, hogy ha a nyugdíjakban egyfajta folyamatos erodálás menne végbe, ami jelenleg is – bár kisebb mértékben – megfigyelhető, de a jövőre nézve a demográfiai változások okán ez még erőteljesebb mértéket ölt majd.

Összegezve akár a nyugdíjkiadások növelése a jelenlegi struktúrában, akár a nyugdíjak növelésének elmaradása, – mert a költségvetés nem biztosítaná a nyugdíjkiadások emelésének fedezetét –, egyik sem hordozna magában fejlődést és pozitív végkifejletet az állam és a nyugdíjasok tekintetében sem.

Az öngondoskodás kell legyen az elsődleges cél, hiszen azt a lakosság saját akaratán keresztül tudja növelni, még a most rendelkezésre álló pénzügyi termékekkel is. A jövő kihívásait látva biztosan változtatni és módosítani kell az eszközökön, amivel lehet növelni az öngondoskodási hajlandóságot is. Fontosnak tartjuk még a munkáltatók kormányzati megszólítását is, hiszen erős befolyással lehetnek a munkavállalók irányába, amit más országok foglalkoztatói formának nevezve sikeresen alkalmaznak.

Az edukációt nem lehet elég korán kezdeni. Az életre való nevelésben a pénzügyek az egyik, ha nem a legfontosabb tanulandó elem (Baranyi et al., 2022). Az iskolai oktatásba be kell emelni a tudatos pénzügyi gondolkodást, aminek része lenne a nyugdíjrendszer bemutatása is, az ok-okozat ismertetése ezáltal elérve azt, hogy a fiatal kor ellenére minél többen az első munkába lépésükkor már gondoljanak a nyugdíjas éveikre is (Kovács et al., 2021). Az edukáción belül nagyon tudatosan kell figyelembe venni a kognitív torzításokat, azok beépítését a kommunikációba, hogy minél több emberhez eljussanak az üzenetek úgy, hogy akár érzelmekre hatva, akár anélkül, de felelős és tudatos döntéshozatal történjen. Ne feledjük, bármennyire is nem szeretünk a távoli jövőn gondolkozni, attól függetlenül az idő konstans módon halad előre és muszáj minimalizálni a lehetséges kockázati tényezőket, ami ez esetben az időskori megfelelő életszínvonal fenntartását jelenti.

Irodalomjegyzék

- Austrian Country Fiche on Public Pensions For the attention of the Economic Policy Committee's Ageing Working Group (AWG), Austrian Country Fiche, Vienna, 22 March 2021.
URL: <https://tinyurl.com/4zsf6yec>
- Baranyi, A., Csemák, J. & Csiszárk-Kocsir, Á. (2022). Elvárások a pénzügyi oktatás terén egy primer kutatás tükrében. *Acta Carolus Robertus*, 12(1), 11-22.
DOI: <https://doi.org/10.33032/acr.2854>
- Damasio, A. R. & Descartes, R. (1996). *Descartes tévedése: Érzelem, értelem és az emberi agy*. AduPrint, Budapest, ISBN: 963853396X
- Duval, R. (2004). Retirement behaviour in OECD countries: impact of old-age pension schemes and other social transfer programmes. *OECD Economic Studies*, 2003(2), 7-50.
DOI: https://doi.org/10.1787/eco_studies-v2003-art8-en
- Ebbinghaus, B. (2006). Reforming early retirement in Europe, Japan and the USA. Oxford University Press. Online ISBN: 9780191604089; ISBN (print): 9780199286119.
DOI: <https://doi.org/10.1093/0199286116.001.0001>
- Fodor, L. (2013). *Gazdaságpszichológia*. Noran Libro, Budapest, ISBN: 978-615-5274-24-4
- Giday, A. & Tatay, T. (2022). Financing of Agricultural Pensions on the European Continent. *Pénzügyi Szemle*, 67(1), 82-98.
DOI: https://doi.org/10.35551/PFQ_2022_1_5
- Gorzon, D., Bormann, M. & von Nitzsch, R. (2024). Measuring costly behavioral bias factors in portfolio management: a review. *Financial Markets and Portfolio Management*, 38, 265-295.
DOI: <https://doi.org/10.1007/s11408-024-00444-7>
- Hinrichs, K. (2021). Recent pension reforms in Europe: More challenges, new directions. An overview. *Social Policy & Administration*, 55(3), 409-422.
DOI: <https://doi.org/10.1111/spol.12712>
- Kormany.hu: *Az államháztartás központi alrendszerének előzetes mérlege*.
URL: <https://tinyurl.com/2rh4bfts>
- Kovács, Z. & Dunay, A. (2023). Pénzügyi és öngondoskodási ismeretek a magyar középiskolák végzős osztályaiban 2021-ben. In: Obádovics, Cs., Resperger, R., Széles, Zs. & Tóth, B. I. (szerk, 2023): *Társadalom – gazdaság – természet: szinergiák a fenntartható fejlődésben* (Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából). Konferenciakötet. Soproni Egyetem Kiadó, 188-202.
DOI: https://doi.org/10.35511/978-963-334-450-7_s4b_Kovacs_Dunay
- Kovács, Z., Dunay, A., Vinogradov, Sz., Nagy, K. & Illés, B. Cs. (2021). Végzős középiskolások pénzügyi kultúrával és öngondoskodással kapcsolatos ismeretei Magyarországon. *Gazdaság és társadalom* 14(3-4) 123-150.
DOI: <https://doi.org/10.21637/GT.2021.3-4.07>
- Kovrig, B. & Frisch, F. (1928). Öregségi és rokkantsági biztosítás. *Munkaügyi Szemle*, Pesti Könyvnyomda Részvénytársaság, 2.; lásd még: Kovrig, B. & Frisch, F. (összeáll., 1928): *Törvényjavaslat az öregség, rokkantság, özvegyesség és árvaság esetére szóló kötelező biztosításról*. Magyar Társadalmi Biztosítás III. Munkaügyi Szemle kiadványai, Pesti Könyvnyomda Részvénytársaság, Budapest
- KSH: *Nyugdíjak, ellátások, járadékok és egyéb járandóságok, sajátjogi nyugdíjak*.
URL: <https://tinyurl.com/4rtjtsma>

KSH: *Önkéntes nyugdíjpénztárak taglétszáma, tagdíjak és kifizetések.*

URL: <https://tinyurl.com/yth3w34j>

KSH: *Szociális ellátás.* URL: <https://tinyurl.com/c7xztj4>

Long-term projections of public pension expenditure. In: *Pensions at a Glance 2023: OECD and G20 Indicators*, OECD Publishing, Paris, 214-215.

DOI: <https://doi.org/10.1787/16b669e0-en> | URL: <https://tinyurl.com/pvyurm9t>

Magyar Államkincstár: *A nyugdíj összegének meghatározása.* Allamkincstar.gov.hu, Portal site.

URL: <https://tinyurl.com/539z5k79>

MNB: *Tájékoztató a pénztárak prudenciális adatairól.*

URL: <https://tinyurl.com/45d3vtbr>

Naczyk, M. & Domonkos, S. (2016). The financial crisis and varieties of pension privatization reversals in Eastern Europe. *Governance*, 29(2), 167-184.

DOI: <https://doi.org/10.1111/gove.12159>

Novoszáth, P. (2014). *Társadalombiztosítás pénzügyei.* Nemzeti Közszerológati és Tankönyvkiadó, Budapest

OECD (2023). *Pensions at a Glance 2023: OECD and G20 Indicators.* OECD Publishing, Paris, ISBN (epub): 9789264730410; ISBN (pdf): 9789264481008.

DOI: <https://doi.org/10.1787/678055dd-en>

Orseau, E. & Deboeck, B. (2021). The 2021 Ageing Report: pension reform reversal and adequacy risks in the EU, *Quarterly Report on the Euro Area (QREA)*, Directorate General Economic and Financial Affairs (DG ECFIN), European Commission, 20(3), 29-36., December.

URL: <https://tinyurl.com/3jff5h8p>

Pensionsmyndigheten: Startsida. Pensionsmyndigheten.se, Portal site.

URL: <https://tinyurl.com/3bdr249>

Ricciardi, V. (2008). *The psychology of risk: The behavioral finance perspective.* John Wiley & Sons.

DOI: <https://doi.org/10.1002/9780470404324.hof002010>

State Pension age Review 2023 (Government Report) Published: 30 March 2023.

URL: <https://tinyurl.com/y6xxz9up>

Szabó S-né & Csemniczki K. (2000). Nyugdíjrendszerünk 1929-től 1997-ig. In: Augusztinóvics M. (szerk., 2000). *Körkép reform után. Tanulmányok a nyugdíjrendszerről.* Közgazdasági Szemle Alapítvány, Budapest, 28-50. ISBN: 9630056445

Thaler, R. H., & Benartzi, S. (2004). Save more tomorrow™: Using behavioral economics to increase employee saving. *Journal of political Economy*, 112(S1), 164-187.

DOI: <https://doi.org/10.1086/380085>

The Pensionskassen system. Fma.gv.at,

URL: <https://tinyurl.com/t4jye9nj>

The Swedish pension system and pension projections until 2070. Swedish pension fiche prepared for the EPC Working Group on Ageing Populations and Sustainability peer reviews 2020. (2020-12-10)

URL: <https://tinyurl.com/4u5scmsd>

Verbon, H. (2012). *The evolution of public pension schemes.* Springer Berlin Heidelberg. ISBN-13: 9783642456558

- A webes hivatkozások utolsó, egységes ellenőrzési időpontja: 2024. szeptember 15.

**A pénzügyi kultúra és a tudatosság szintjének felmérése a
Soproni Egyetem hallgatói körében – A 2022. évi kérdőíves
kutatás eredményeinek bemutatása**

*Assessment of the level of financial literacy and awareness
among students of the University of Sopron – presentation
of the results of the 2022 research*

Hoschek Mónika¹ – Szóka Károly²

Abstract: Financial issues are a common challenge for many individuals, particularly for young people who are either fresh out of school or currently pursuing higher education. Navigating through a plethora of information and determining the reliability of sources is crucial in making sound economic and financial decisions; nor what knowledge they get at university. The ability to do so is typically referred to as financial literacy, economic competence, or economic literacy. In the fall of 2022, the University of Sopron initiated a study to measure financial literacy among its students. The research is ongoing and the focus of this article is to provide an overview of financial literacy, its essential components, and the findings of our primary research conducted among students in two faculties of the university, with different work schedules. A questionnaire survey was administered to 169 respondents, and the data was analyzed using descriptive statistics. The results of the survey revealed that while the financial literacy levels of students in the two faculties differed, their attitudes and future plans regarding financial matters were similar. However, differences were observed between the responses of full-time and part-time students.

Keywords: *statistical analysis, financial literacy and awareness, education*

JEL Codes: *C10, D91, I22*

¹ Dr. HOSCHEK, Mónika PhD., egyetemi docens (Associate Professor)
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Sopron
(University of Sopron Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)
(hoschek.monika@uni-sopron.hu)

² Dr. SZÓKA, Károly PhD., egyetemi docens (Associate Professor)
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Sopron
(University of Sopron Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)
(szoka.karoly@uni-sopron.hu)

Absztrakt: Mindennapi életünk pénzügyei kihívások elé állít minket, de különösen a fiatalokat, akik most kerültek ki az iskolapadból, vagy éppen egyetemi hallgatók lettek. Rengeteg információ zúdul ránk, fontos kérdés, hogy megértjük-e azokat, nem mindegy, honnan származnak a döntéshez szükséges információk, ahogyan az sem, milyen ismereteket kapnak meg az egyetemen. A jó gazdasági, pénzügyi döntés meghozásának képességét általában gazdasági kompetenciának, gazdasági műveltségnek vagy pénzügyi kultúrának nevezik. Ennek mérésével kezdtünk el foglalkozni 2022 őszén, a Soproni Egyetemen, a kutatás jelenleg is zajlik, illetve folytatódik. Cikkünkben áttekintjük a pénzügyi kultúra fogalomkörét, annak lényeges, meghatározó elemeit, és bemutatjuk primer kutatásunkat, melyet az egyetem két karán, két különböző munkarendben tanuló hallgatói körében végeztünk. A kérdőíves felmérés alapján 169 fő adatait a leíró statisztika eszközeinek segítségével elemeztük. A lekérdezésben részt vett megkérdezettekéről elmondhatjuk, hogy bár a két kar hallgatói különböző pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek, de jó néhány kérdésben hasonlóképpen gondolkodnak, cselekednek vagy éppen terveznek majd a jövőben cselekedni. Ugyanakkor a nappali és levelező képzésben részt vevők válaszai között már kimutathatók jelentősebb különbségek.

Kulcsszavak: statisztikai elemzés, pénzügyi kultúra és tudatosság, oktatás

JEL-kódok: C10, D91, I22

Bevezetés

Gyorsan változó világunkban olyan társadalmi és gazdasági jelenségekkel találkozunk, melyek kihatnak mindennapjainkra, melyeket ismernünk kell. Olyan kérdések, feladatok kerülnek elő napi szinten, melyekre reagálnunk kell, ezekre – lehetőség szerint – átgondolt és sokszor gyors válaszokat kell adnunk. Ezek közül jó pár pénzügyi, vagy nagyban érinti a pénzügyi területeket, szükséges hozzá egyfajta gazdasági, pénzügyi ismeret, szaktudás. Úgy is megközelíthetjük e kérdéseket, hogy hátrányt szenved el az, aki nem, vagy csak kevéssé ért a pénzügyekhez, így elmondhatjuk, hogy mindeképpen fontos a naprakész és széles körű pénzügyi ismeretek birtok-

lása, magabiztos használata. Ezt mondani könnyű, megvalósítani nem annyira – mondhatják erre sokan. Éppen ezért nagyon fontos a megfelelő pénzügyi tudás, a készségek megszerzése, illetve ezek fejlesztése.

A pénzügyi kultúra, a pénzügyi tudatosság kialakítása, annak emelése fontos téma, ezzel sok szakértő foglalkozik ma már, a kihívásokra reagálni kell. Szerencsére ezt a kormányok is felismerték, így szinte minden országban különböző szintű erőfeszítéseket tettek már, illetve az állami szabályozás is erősebb lett. A hitelintézetek is felismerték, hogy a pénzügyi tájékozottság szintjének növelése számukra is hasznos, mivel pénzügyileg jól képzett fogyasztók fognak a jövőben tudatos és helyes pénzügyi döntéseket hozni banki ügyeikkel kapcsolatban (Kovács & Szóka, 2020).

Tanulmányunkban röviden áttekintjük a pénzügyi kultúra és tudatosság főbb jellemzőit, illetve megközelítéseit. Ezek után következik a primer kutatásunk és annak eredményeinek bemutatása, melyben a Soproni Egyetem hallgatóinak a hozzáállását és viszonyát vizsgáltuk a pénzügyi tudatossághoz, 2022 őszén. Előzetesen hipotéziseket állítottunk fel, majd az eredmények alapján megvizsgáltuk azokat, illetve következtetéseket vontunk le. A kutatás nem ért véget, ez egy folyamat eleje, melyet szeretnénk még éveken át folytatni, illetve összehasonlító elemzéseket elvégezni az egyetemre bekerülő és az azt befejező hallgatók pénzügyi tudása, annak szintje között, mely érinti a pénzügyi tudatosság témakörét is. Fontosnak tartjuk, hogy a fiatal felnőttek úgy kerüljenek ki az iskolapadból, esetünkben úgy kapjanak diplomát, hogy megfelelő pénzügyi ismeretekkel rendelkezzenek.

A kutatás eredménye – természetesen több évet kell még vizsgálni – azt a célt szolgálja, hogy megismerjük a jelenlegi attitűdjeiket, szokásait, tudásukat, megvizsgálva azok változásait, a tendenciákat, hangsúlyokat keresve azokban. Szintén fontos, hogy az eredmények alapján tovább fejlesszük, finomítsuk az oktatási anyagokat (nudge eszköztár használata), hogy azok még tudatosabban és célzottabban legyenek összeállítva, átadva és számon kérve. Ennek az útnak az első lépése ez a felmérés, melyben folyamatosan szeretnénk bővíteni a hallgatói létszámot és a karokat számosságát is, illetve szintén értékes tapasztalatok vonhatók majd le a végzősök körében megismételt későbbi felméréssel is.

A pénzügyi kultúra és tudatosság

Az mindenki előtt ismert, hogy Magyarországon – és más országokban is – a pénzügyi kultúra szintje nem elég magas, a pénzügyi ismeretekben való jártasság még jócskán fejlesztendő. Hazai és nemzetközi kutatások és elemzések is kimutatták ezt, azaz, hogy van még hova fejlődni. A 2008-as gazdasági válság is rámutatott, hogy a társadalom széles rétegei kevés és hiányos ismerettel rendelkeznek az adott pénzügyi eszközök és termékek működésével kapcsolatban. Így már akkor egyre nagyobb figyelmet kaptak a fiatalokat megcélzó pénzügyi kultúra témájú kutatások, hiszen csak úgy lehet pénzügyileg stabil társadalmat kialakítani, ha már fiatal korban elkezdik a pénzügyi edukációt (Gerencsér & Csiszárík-Kocsir, 2024). Szerencsére több pozitív elmozdulás is történt az elmúlt években, például 2017-ben került sor a lakosság pénzügyi tudatosságát fejlesztő stratégia elfogadására. Az elkészült stratégia hét évet ölelt fel 2017-től 2023-ig, támaszkodott az eddig elért eredményekre, programokra és azokra építve alakította ki a hét pontot tartalmazó stratégiai célkitűzéseit, melyek többek között a köznevelés rendszerén belüli valós pénzügyi edukáció kereteinek megteremtésére, erősítésére, a tudatos pénzügyi magatartás alapjainak és a háztartások pénzügyi stressztűrő képességének erősítésére és a körültekintő pénzügyi döntéseket előmozdító szemlélet megteremtése irányultak (Kocsis & Nagy, 2015). Az Állami Számvevőszék több kutatást is indított, a Magyar Nemzeti Bank több pályázatot is meghirdetett e témában, és több pénzintézet, mint például az OTP Bank NyRt. is alapítványt hozott létre illetve vetélkedőt indított útnak. Az oktatásnak ebben nagyon fontos szerepe van, már az általános iskolától kezdve, így szerencsére a 2010-es évektől már több ilyen edukációs program elindult, mint például a Nemzeti Alaptanterv módosítása, a Pénz7, ami a középiskolások tematikus hete minden tavasszal (Kovács & Szóka, 2021; Prégler & Kovács, 2023).

De nézzük meg, mit hívunk pénzügyi kultúrának, illetve pénzügyi tudatosságnak. Az angol nyelvű szakirodalmak inkább a financial literacy³ kifejezést alkalmazzák, amelynek egyaránt megfeleltethető a pénzügyi kultúra és pénzügyi tudatosság. A financial literacy inkább magára a tudásra vonatkoztatható, míg a financial capability inkább az ismeretek gyakorlati alkalmazásának képességét jelenti (Szőke & Tóth, 2023). Magyarországon a Magyar Nemzeti Bank (MNB) az elsők között dolgozott ki

³ Az angol “financial literacy” szó a latin literatus-ból ered, melynek jelentése: művelt, képzett ember, aki tud írni-olvasni.

átfogó definíciót, amely szerint „A pénzügyi ismeretek és készségek olyan szintje, amelynek segítségével az egyének képesek a tudatos és körültekintő döntéseikhez szükséges alapvető pénzügyi információkat azonosítani, majd azok megszerzése után azokat értelmezni, és ez alapján döntést hozni, felmérve döntésük lehetséges jövőbeni pénzügyi, illetve egyéb következményeit.” (MNB, 2008). Az OECD meghatározása szerint a pénzügyi kultúra: „A pénzügyi kultúra a tudatosság, ismeretek, készségek, és viselkedések kombinációja, amelyekre szükség van a megalapozott pénzügyi döntések meghozatalához és végső soron az egyéni pénzügyi jólét eléréséhez.” (Atkinson & Messy, 2012.) Számos kutatás bizonyítja, hogy a jobb számolási és egyéb kognitív képességekkel rendelkező egyének magasabb pénzügyi kultúrával rendelkeznek, de az is megállapítható, hogy a pozitív korreláció ellenére nincs teljes átfedés a kettő között, vagyis a pénzügyi kultúrának egyéb dimenziói is vannak (Lusardi, 2010). A pénzügyi kultúra fogalmát – véleményünk szerint – Süge meghatározása közelíti meg a legjobban, miszerint „A pénzügyi ismeretek és készségek olyan szintje, amelynek segítségével az egyének képesek az alapvető pénzügyi információkat értelmezni, tudatos döntéseket hozni, felmérve döntésük lehetséges jövőbeni pénzügyi következményeit” (Süge, 2010). Azt persze figyelembe kell venni, hogy a pénzügyi kultúra egy része nem tárgyilagos, lexikális tudás, hanem a tudás alkalmazása, ami a szocializáció révén sajátítható el, és ebben fontos szerepet játszik az oktatási háttér. Csorba (2020) szerint is a sokáig, akár évekig tartó, „lassú tempójú” oktatás hozza el az igazi sikert, illetve a pénzügyi termékekre, szolgáltatásokra, fogalmakra vonatkozó attitűdök ugyanúgy a pénzügyi műveltség részét képezik. A gazdasági szocializáció sajnos nehezen és lassan javítható csak, hiszen a gazdasági szocializáció alapjait a család és a korai minták, tapasztalatok jelentik, amit a fiatalok otthonról hoznak, és ez nehezen módosul (Baranyi & Zsigrai, 2023). Ma egy globalizált világban élünk, melyet át és átszönek a pénzügyek. Kimondhatjuk, hogy ma már alapképességnek számít a pénzügyi műveltségre épülő öngondoskodás és a pénzügyi termékek ismerete és használata. Mivel azonban ez az ismertség, illetve az ahhoz tartozó kompetenciák még nem megfelelő szintűek, azokat még fejleszteni és javítani kell (Szóka, 2021).

Miután kutatásunk a jelenleg egyetemi tanulmányaikat folytató hallgatókra irányul, meg kell említeni az ún. Z generáció szokásait is, hiszen a kutatásban résztvevők zöme 1995 és 2010 között született, azaz e gene-

ráció tagjai. (Nem mindenki, mert a levelezős munkarendű hallgatók között vannak 1995 előtt születettek is, de a résztvevők túlnyomó többsége a Z generáció tagja.) Ők azok, akik sokat tartózkodnak a virtuális térben, online médiafogyasztásuk meghaladja a napi 5 órát, okostelefonjuk a „harmadik karjuk”, erős a FOMO érzetük⁴. Nem kimondott vágyuk az anyagi függetlenség, elfogadják a „mama hotel” jelenségét, kevésbé akarnak tárgyakat birtokolni, inkább szolgáltatásként tekintenek ezekre. Szívesen adnak pénzügyi tanácsokat leginkább családjuknak, partnerüknek vagy barátjuknak, még akkor is, ha bevallásuk szerint átlagos pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek (Budai & Denich, 2023). Viselkedésük modernnek mondható a pénzügyek világában, természetesnek veszik az érintésmentes fizetési módok alkalmazását, sokan fizetnek bankkártyával (digitalizálják kártyájukat a mobiljukra), nagyobb környezettudatosság jellemzi őket, mint szüleiket, de sajnos ez nem épül be mindennapi pénzügyeikbe (Baranyi, Zsigrai & Széles 2023). Baranyi és Zsigrai kutatása alapján a környezettudatosság és a fenntarthatóság tehát fontos számukra, ennek megfelelően nyilatkoznak, elhanyagolható azok száma, akik nem hallottak a témáról. Ha azonban a konkrétumokra kerül sor, például melyek a zöld pénzügyi termékek, vagy, hogy mit tesznek ez érdekében, akkor már árnyaltabb a kép (Baranyi & Zsigrai, 2023). Zsótér és munkatársainak kutatása rámutat arra, hogy a Z generáció tagjai között vannak „könnyelműek”, akik pénzügyileg sérülékeny csoportnak minősíthetők, jellemző tulajdonságaik veszélyeztetik hosszú távú pénzügyi céljaik megvalósítását. Így ők az egyik fókusz a pénzügyi kultúra fejlesztésének (Zsótér et al., 2022).

Módszertan, hipotézisek

Jelen kutatást 2022. szeptemberében folytattunk le a Soproni Egyetem két karán: a Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Karon és a Benedek Elek Pedagógiai Karon, offline és online formában vegyesen. A kutatás során az elsőéves hallgatók körében szerettük volna felmérni a pénzügyi ismereteiket, annak szintjét és a pénzhez való hozzáállásukat. A pénzügyi ismeretek tekintetében a felmérés során a válaszadók gyermekkori szokásait, a jelenlegi hozzáállásukat a pénzhez, tudásukat az érintett témakörben, illetve a jövőbeni, gyermekeikhez kapcsolódó terveit is megkérdeztük. Jelen tanulmányban a kutatás eredményeinek egy részét publikáljuk.

⁴ FOMO: Fear of Missing Out, jelentése: félelem a kimaradástól.

Cikkünkben azt vizsgáljuk meg, hogy az egyetem két karán a hallgatók vajon hasonló módon viszonyulnak-e a pénzügyi kérdésekhez, témákhoz, illetve hogy a tanulmányok munkarendje szerint lehet-e különbséget tenni a válaszadók között.

Az alapkérdőívben a demográfiai kérdéseket követően zárt és nyílt kérdéseket is feltettünk. Az adatokat Excel és IBM SPSS⁵ Statistics Version 26.0 statisztikai-matematikai szoftverek segítségével elemeztük. A gyakorisági és kereszttáblás elemzéseket alátámasztandó az adatokat halmozott oszlopdiagramokon szemléltetjük. Khi négyzet próbát alkalmaztunk, hogy megvizsgáljuk az egyetem két érintett karán illetve az eltérő munkarendben tanulók pénzügyi ismeretei közötti eltéréseket.

A kutatás kezdetén két hipotézist állítottunk fel:

H1: A két kar hallgatói eltérő módon viszonyulnak a pénzügyi kultúrához és tudatossághoz kapcsolódó témákhoz.

H2: A különböző munkarendű hallgatók eltérő módon viszonyulnak a pénzügyi kultúrához és tudatossághoz kapcsolódó témákhoz.

A két hipotézisnek megfelelően a különböző vizsgálatokat is kétféleképpen végeztük el.

Eredmények, adatforrások

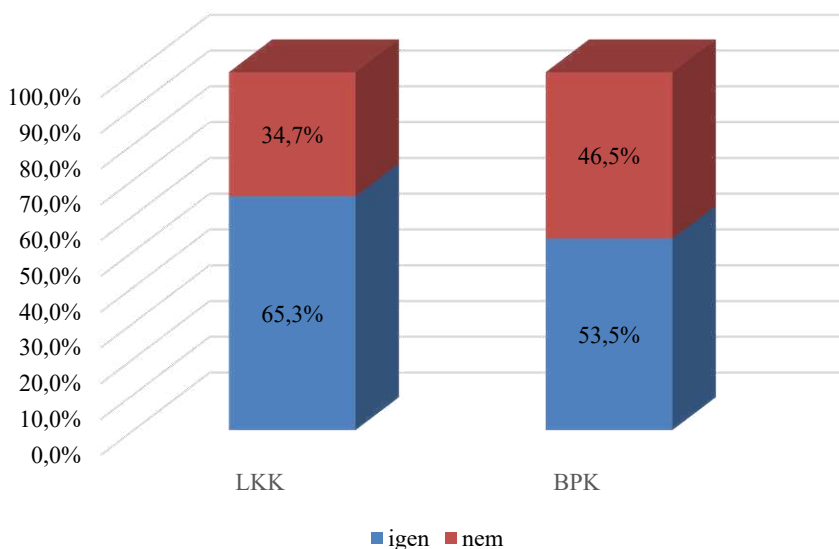
A megkérdezésben összesen 169 elsőéves hallgató vett részt, 98 fő (58,0%) a Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (LKK), 71 fő (42,0%) a Benedek Elek Pedagógiai Kar hallgatója. (A továbbiakban az adatokat ahol nem lesz külön megnevezve, ott ebben a sorrendben fogjuk közölni.)

A nők jóval nagyobb arányban képviselték magukat a kutatásban, de ez nem meglepő mivel ezen a két karon – különösen a Benedek Elek Pedagógiai Karon – túlnyomórészt hölgyek tanulnak. A résztvevő hallgatók 83,4%-a (141 fő) nő és 16,6%-a (28 fő) férfi. 5 korcsoportot alakítottunk ki: az első csoportban a legfiatalabbak, a 18-19 évesek (51 fő, 30,2%) voltak, a második csoportba a 20-21 évesek kerültek (50 fő, 29,6%), a harmadikat a 22-23 évesek már jóval kevesebben alkották (15 fő, 8,9%), a negyedik korosztályt a 24-25 évesek (12 fő, 7,1%) képviselték, míg az

⁵ Statistical Package for Social Sciences

ötödik csoportba a 26 éves és annál idősebb hallgatók (41 fő, 21,3%) tartoztak. Mivel levelező tanrendű hallgatókat is megkérdeztünk, ezért találkoztunk 22 éves, és annál idősebb résztvevőkkel is. A válaszadók 44,4%-a, azaz 75 fő községben, 39,6%-a, azaz 67 fő városban, 14,8%-a, azaz 25 fő megyeszékhelyen és 1,2%-a, azaz 2 fő pedig a fővárosban lakik. Ha a hallgatók lakhelyénél a vármegyét nézzük, akkor a beiskolázási körzeteinknek megfelelően azt tapasztaljuk, hogy a hallgatók csaknem fele (48,5%, 85 fő) Győr-Moson-Sopron, közel negyede (23,1%, 39 fő) Vas, közel tizede (9,5%, 16 fő) Veszprém, szintén közel tizede (8,3%, 14 fő) Zala vármegyéből, maradék kicsivel több, mint egytized (10,8%, 18 fő) pedig 8 másik vármegyéből, illetve Ausztriából és Svájcból érkezett.

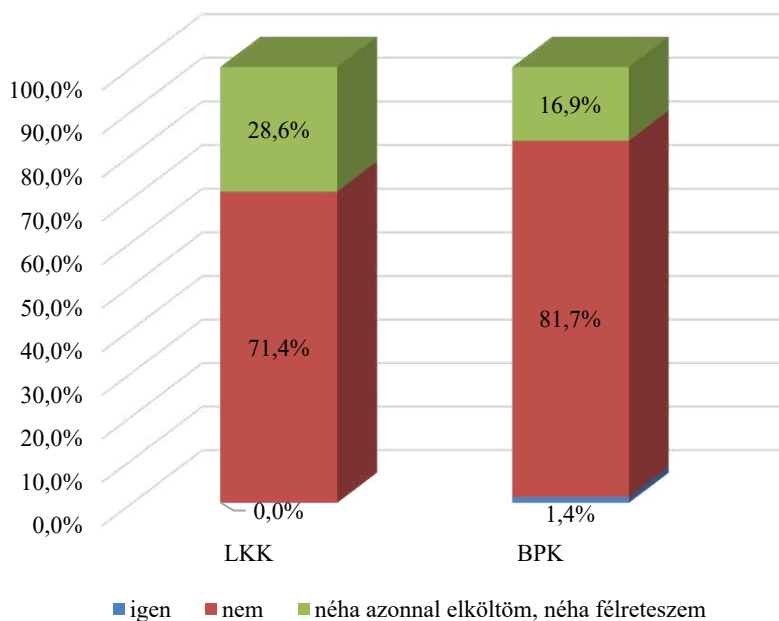
Bár már régóta folyik az általános- és középiskolákban valamilyen pénzügyi oktatás (Pénz7, illetve földrajz tantárgy keretein belül egész blokk szól a gazdasági kérdésekről) a megkérdezetteknek mégis csupán 60,4%-a (102 fő) mondta azt, hogy korábban már részesült gazdasági, pénzügyi oktatásban. Amennyiben a kérdést karokra vetítve nézzük meg, akkor az 1. ábrán láthatjuk, hogy az LKK hallgatóinál valamivel kedvezőbb (2/3 -1/3) az arány, mint a BPK-n ahol közel fele-fele volt.



1. ábra. Részesült-e már korábban gazdasági, pénzügyi oktatásban? (n=169)

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves felmérés alapján

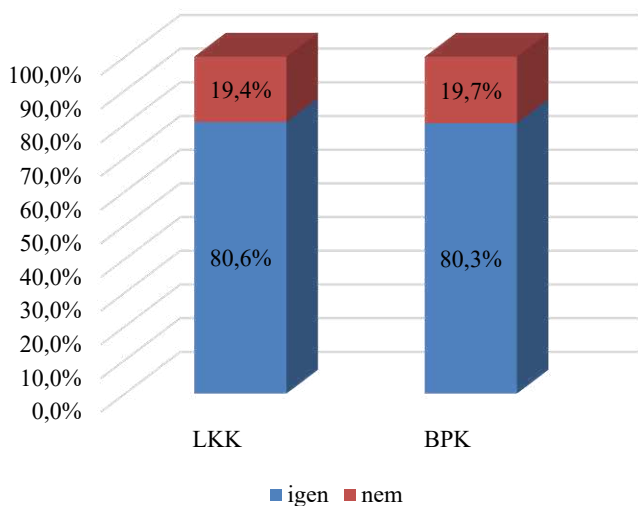
Tovább haladva a pénzhez való viszonyulásban, az összes megkérdezett közül csupán egy BPK-s hallgató (0,6%) válaszolta azt, hogy amint egy kisebb összeghez hozzájut, akkor azt rögtön elkölti. A válaszadók több mint 3/4-e (75,7%, 128 fő) nem költi el, míg a maradék közel 1/4-e (23,7%, 40 fő) néha azonnal elkölti, néha viszont félreteszi ezeket az összegeket. Ahogy azt a 2. ábra is mutatja, a hallgatók karainak szempontjából megvizsgálva láthatjuk, hogy a BKP hallgatói között nagyobb arányban (81,7%) vannak a pénzüket azonnal nem elköltők, mint az LKK hallgatói között (71,4%). A tapasztalt eltérés nem akkora, hogy azt állíthassuk, hogy jelentős különbség van az egyes karok hallgatóinak válaszaiban, a khi-négyzet próba szerint a hallgatók kara és a zsebpénz elköltésnek módja függetlenek egymástól ($\chi^2(2)=4,322$, $p=0,115$).



2. ábra. Amint egy kisebb összeghez hozzájut, akkor azt rögtön elkölti? (n=169)

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves felmérés alapján

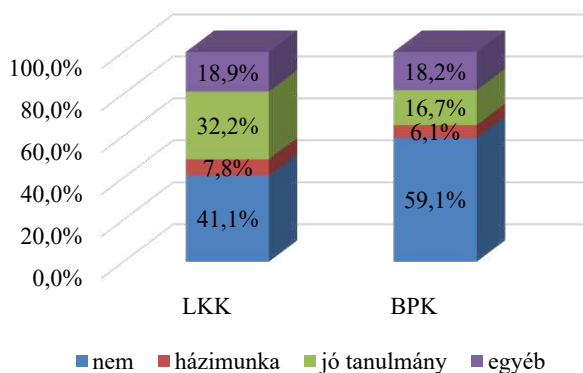
Amiben a hallgatók szinte tökéletesen megegyező arányt képviseltek a két kar között, az a gyerekkorban szabadon elkölthető zsebpénzt kapók aránya: mindkét kar esetében közel 80%-20% az arány (3. ábra).



3. ábra. Gyermekkorban kapott-e olyan zsebpénzt, amelynek elköltéséről maga rendelkezett? (n=169)

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves felmérés alapján

Szintén közel hasonlóan gondolkodnak a két kar hallgatói abban a kérdésben, hogy a jövőben szülőként fognak-e adni a gyereküknek zsebpénzt: a válaszadók 91,8% és 93,0%-a (LKK, BPK) adna. Ugyanakkor abban már jelentős eltérés mutatkozik, hogy aki tervezi a zsebpénz adását, az kötné-e és ha igen, akkor milyen feltételekhez kötné azt. Az LKK hallgatóinál kisebb azoknak az aránya, akik nem kötik semmilyen feltételhez (41,1%), szemben a BPK viszonylag magas arányával (59,9%). A házimunka, mint előfeltétel nagyjából hasonló arányban van (7,8%, 6,1%) a két kar hallgatóinál. A 4. ábrán látható, hogy a jó tanulmányi eredmények az LKK hallgatóinál fontosabb szerepet játszanak (32,2%, 16,7%). Bár az arányokban eltérés látszik a válaszokban, de ezt statisztikailag igazolni nem tudtuk, azaz a hallgatók kara és a jövőben a gyermeknek adott zsebpénz feltételéhez kötése között nincs összefüggés ($\chi^2(4)=6,374$, $p=0,173$).

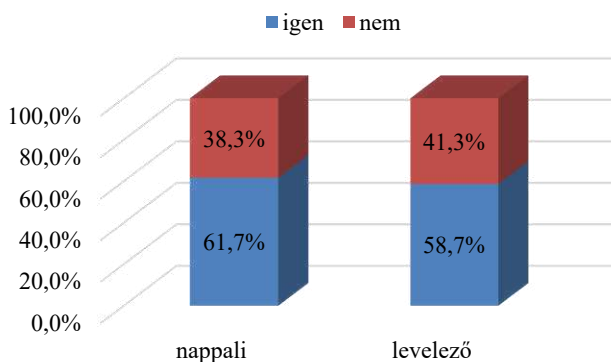


4. ábra. Amennyiben jövőbeni szülőként fog adni gyermekének zsebpénzt, azt köti-e feltételhez, illetve mihez? (n=169)

Forrás: Saját szerkesztés, kérdőíves felmérés alapján

A vizsgálatok második körében azt próbáltuk igazolni, hogy a hallgató tanulmányának munkarendje, azaz az, hogy az adott egyed nappali vagy levelező képzésben vesz-e részt, mutat-e valamilyen összefüggést a pénzügyekkel kapcsolatban feltett kérdéseinkre adott válaszaikkal. Az egyes kérdések esetében a válaszokat a munkarendeknek megfelelő sorrendben (nappali, levelező) tüntetjük fel.

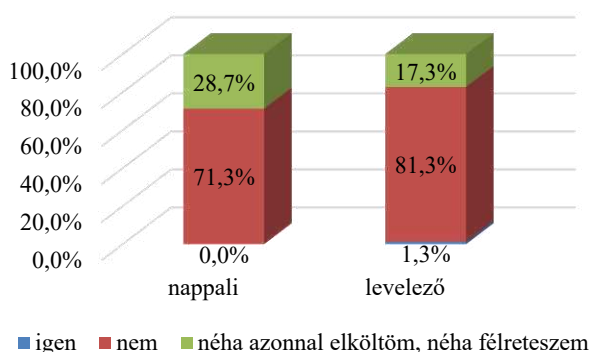
A korábbi gazdasági, pénzügyi oktatásban való részesülés esetében közel hasonló 60%-40% az arány, bár a nappali tagozatos hallgatóknál kicsivel több, mint 61,7% aki emlékszik ilyen jellegű képzésre, míg a levelezősök között csak 58,7% (5. ábra).



5. ábra: Részesült-e már korábban gazdasági, pénzügyi oktatásban? (Munkarend alapján) (n=169)

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves felmérés alapján

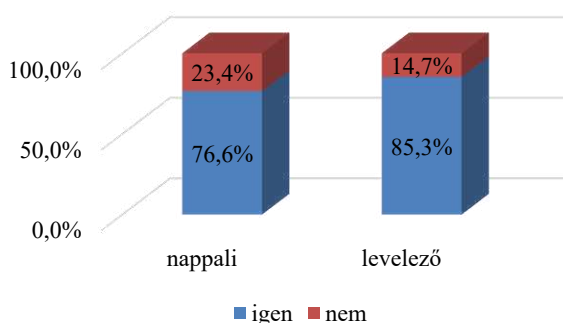
Arra az állításra, hogy „Amint hozzájutok egy kisebb összeghez, elköl-töm”, egyetlen levelezős kitöltő mondta azt, hogy ez rá igaz lenne. Ahogy a 6. ábrán látható, a nappalis hallgatók esetében valamivel kisebb arány-ban (71,3%) mondták azt a válaszadók, hogy nem költik el az ilyen pénzt, mint a levelezős hallgatók esetében (81,3%). Azonban ez a tíz százalékpontnyi különbség sem akkora, hogy statisztikailag is jelentősnek lehes-sen ítélni, amit a lefolytatott khi-négyzet próba is igazolt ($\chi^2(2)=4,097$, $p=0,129$), vagyis a hallgató képzésének munkarendje és a kapott zsebpénz elköltésnek módja nem függ egymástól.



6. ábra. Amint egy kisebb összeghez hozzájut, akkor azt rögtön elköl-ti? (Munkarend alapján) (n=169)

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves felmérés alapján

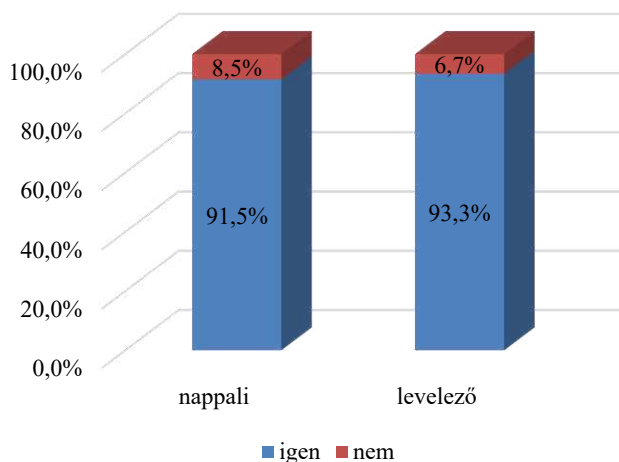
A 7. ábra mutatja, hogy a nappalis hallgatók kicsivel több, mint $\frac{3}{4}$ -e kapott gyerekkorában olyan pénzösszegeket, amelyet szabadon elkölthetett. A levelezős hallgatóknál ez az arány valamivel magasabb (85,3%).



7. ábra: Gyerekkorban kapott-e olyan zsebpénzt, amelynek elköltéséről maga rendelkezett? (Munkarend alapján) (n=169)

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves felmérés alapján

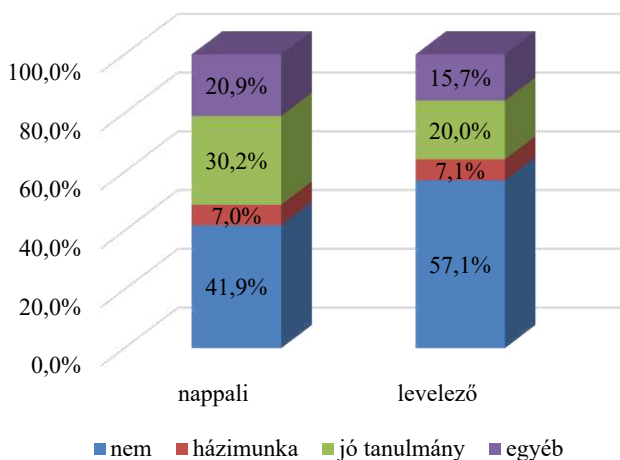
Arról, hogy a jövőben, szülőként miként fognak viselkedni, adnak-e a majdani gyerekeiknek zsebpénzt, amit arra költenek, amire csak szeretnék, a két munkarend hallgatói hasonlóan gondolkodnak: több mint 9/10-ük véli úgy, hogy ad, és alig 1/10-ük mondja most azt, hogy nem ad (8. ábra).



8. ábra: Jövőbeni szülőként fog-e adni gyermekének zsebpénzt, amivel a gyermek maga rendelkezik? (Munkarend alapján) (n=169)

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves felmérés alapján

Az utolsó, 9. ábrán látható, hogy azoknak a nappalis hallgatóknak, akik azt tervezik, hogy a gyermekeik kapnak majd zsebpénzt, 41,9%-a ezt nem köti semmilyen feltételhez, 7,0%-a házimunka elvégzését várja el a pénzért cserében, 30,2%-a jó tanulmányi eredményért adná és 20,9%-a valami egyéb dolgot (pl.: jó sportteljesítményt, magatartást) várna a csemetéjétől. A levelező munkarendű hallgatók esetében az arányok a következőképpen alakulnak: 57,1% nem vár el semmit, ami a nappalisokéhoz képest jóval magasabb arány. A házimunkáért cserébe adott pénznél szinte tízed pontosan megegyezik (7,1%) az arány a két tagozat hallgatóinak válaszai között. A jó tanulmány a levelezősök esetében csupán 20,0% és az egyéb kategória aránya (15,7%) is elmarad a nappalisoknál mérthez képest. Ezek az eltérések ugyanakkor nem érik el azt a mértéket, hogy statisztikailag igazolható módon kijelenthessük, hogy a szabadon elkölthető zsebpénz gyermeknek való odaadásának a feltétele eltér a két különböző munkarendben tanuló megkérdezett kérdőív kitöltő hallgatók között, vagyis a hallgató munkarendje és a zsebpénz adás feltétele nem függ össze ($\chi^2(4)=4,200$, $p=0,380$).



9. ábra: Amennyiben jövőbeni szülőként fog adni gyermekének zsebpénzt, azt köti-e feltételhez, illetve mihez? (Munkarend alapján) (n=169)

Forrás: saját szerkesztés, kérdőíves felmérés alapján

Következtetések, összegzés

A lefolytatott khi-négyzet vizsgálatok nem bizonyították, hogy a megkérdezett hallgatók esetében a karok oktatási profiljának jelentős szerepe lenne a pénzügyi kérdésekhez való hozzáállásban így a H1 hipotézisünket elutasítjuk. A H2 hipotézist is el kell vetnünk, azaz a hallgató munkarendje sem befolyásolja statisztikailag igazolható módon a pénzügyi kérdésekhez való hozzáállást.

A kutatás korlátja maga az adatforrás, azaz a kutatásban résztvevő hallgatók száma, illetve az, hogy ez egy adott egyetemen – a Soproni Egyetemen – készült, annak két karán, egy évben, 2022 őszén. A kutatást – Rektori hozzájárulással – folytattuk, azaz a későbbi években is meg szeretnénk ismételni a felmérést, és a lehetőségekhez képest kibővíteni mind a négy karra. Néhány év elteltével aztán majd további elemzéseket is lehet majd végezni, hiszen összehasonlíthatóvá válnak az idősorok és láthatók lesznek az esetleges változások.

A kutatók és szakértők egyetértenek abban, hogy a pénzügyi ismeretek oktatását már korán, sokak szerint általános iskolában el kell kezdeni. A szerzőknek ennél még drasztikusabb véleménye van, miszerint ennek

már óvodáskorban el kell kezdődnie, természetesen a megfelelő eszközökkel és módszertannal. Kiemelt figyelmet kell fordítani a pénzügyileg tudatos generációk kinevelésére, és ez bizony már kisgyermekkorban kezdődik. Egyetértünk Bárczi Judittal és Zéman Zoltánnal abban, hogy a pénzügyi kultúrába beletartozik a pénzügyi piacok szereplőinek viselkedése, valamint az azt meghatározó gazdaságon kívüli motívumaik, preferenciáik, attitűdjeik és értékeik, különös tekintettel a kockázattal szembeni attitűd, a bizalom és az informáltság problémáira. Ezért is fontos, hogy ne csak a felügyeleti szervek foglalkozzanak a pénzügyi kultúra fejlesztésével, hanem az egész pénzügyi intézményi rendszer (Bárczi, Zéman, 2015).

Irodalomjegyzék

- Atkinson, A. & MESSY F. (2012). Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study, *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, No. 15, OECD Publishing, Paris. DOI: <https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>
- Baranyi, A. & Zsigrai, H. (2023). A Z generáció véleménye a zöld pénzügyi megoldásokról egy primer kutatás tükrében. *Acta Carolus Robertus*, 13(2), 160-175. DOI: <https://doi.org/10.33032/acr.4646>
- Baranyi, A., Zsigrai, H. & Széles, Zs. (2023). A pénzügyi tudatosság érvényesülése a zöld pénzügyi megoldások terén. In: Széles, Zs., Szőke, T. M. (szerk., 2023). *A mesterséges intelligencia szerepe a fenntartható gazdasági döntésekben – XVII. Soproni Pénzügyi Napok, pénzügyi, adózási és számviteli szakmai és tudományos konferencia: konferenciakötet*. Sopron, Soproni Egyetem Kiadó, 95-106 URL: <https://tinyurl.com/3kmjvufe>
- Bárczi, J. & Zéman, Z. (2015). A pénzügyi kultúra és annak anomáliái. *Polgári szemle : Gazdasági és társadalmi folyóirat*, 11(1-3), 101-108. URL: <https://tinyurl.com/y7x5jmme>
- Budai, E. & Denich, E. (2023). The financial bravery of generation Z. *Acta Academiae Beregsasiensis-Economics*, 2023(3), 227-241. DOI: <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2023-3-227-241>
- Csorba, L. (2020). The Determining Factors of Financial Culture, Financial Literacy and Financial Behavior. *Pénzügyi szemle / Public Finance Quarterly*, 2020(1), 67-83. DOI: https://doi.org/10.35551/PFQ_2020_1_6
- Fejes, J. K. (2020). *A pénzügyi tudatosság formálásának lehetőségei a középfokú oktatásban. XIV. Soproni Pénzügyi Napok pénzügyi, adózási és számviteli konferencia konferenciakötete*. Soproni Felsőoktatásért Alapítvány. ISBN 978-615-80230-6-1, 80-88. URL: <https://tinyurl.com/y7p2y5xm>
- Garai-Fodor, M. & Csiszárík-Kocsir, Á. (2018). Miért fontos a pénzügyi ismeretek oktatása a Z generáció véleménye alapján? *Polgári Szemle: Gazdasági és társadalmi folyóirat*, 14(1-3), 107-119. DOI: <https://doi.org/10.24307/psz.2018.0809>

- Gerencsér, D. & Csiszárík-Kocsir, Á. (2024). A fogyasztók vásárlási döntéseinek transzformációja és az infláció befolyásoló hatása. In: Varga, J., Csiszárík-Kocsir, Á., Garai-Fodor, M., (szerk., 2024). *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században 2024. I. kötet: Újszerű megállapítások és hagyományos megoldások napjaink gazdasági és társadalmi problémáinak kezelésében*. Budapest, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar, 138-148. URL: <https://tinyurl.com/276ncu7y>
- Kovács, L. & Nagy, E. (2022). A hazai pénzügyi kultúra fejlesztésének aktuális feladatai. *Gazdaság és pénzügy*, 9(1), 2-19. DOI: <https://doi.org/10.33926/GP.2022.1.1>
- Kovács, T. & Szóka, K. (2020). A pénzügyi kultúra és pénzügyi tudatosság helyzete. In: Kovács, T. & Szóka, K. (szerk., 2020). *XIV. Soproni Pénzügyi Napok: „Gazdaságvédelem és pénzügyi kiutak” pénzügyi, adózási és számviteli szakmai és tudományos konferencia: Konferenciakötet*. Sopron, Magyarország: Soproni Felsőoktatásért Alapítvány, 104-112. URL: <https://tinyurl.com/y7p2y5xm>
- Lusardi, A., Mitchell, O. & Curto, V. (2010): Financial literacy among the young. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 358-380. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01173.x>
- MNB (2008). *Együttműködési megállapodás a pénzügyi kultúra fejlesztés területén a PSZÁF és az MNB között*. URL: <https://tinyurl.com/3afb53as>
- Prégler K. & Kovács T. (2023). Elsőéves egyetemisták pénzügyi tudása és attitűdje. *Gazdaság & Társadalom*, 33(4), 65-87. URL: <https://tinyurl.com/4r3n38nm>
- Süge, Cs. (2010). A pénzügyi kultúra mérhetősége. In: Tompáné Daubner, K. & Miklós, Gy. (szerk., 2010). *Tudomány napi előadás. Tudományos mozaik 7. Második kötet*. Kalocsa, Tomori Pál Főiskola. 1-11.
- Szóka, K. (2021). A pénzügyi kultúra és tudatosság meghatározása és magyarországi helyzete. *Economica*, 12(3-4), 1-8. DOI: <https://doi.org/10.47282/economica/2021/12/3-4/10417>
- Szőke, B. & Tóth, E. I. (2023). A pénzügyi-gazdasági ismeretek oktatása és a pénzügyi tudatosság összefüggései. *Acta Carolus Robertus*, 13(1), 19-30. DOI: <https://doi.org/10.33032/acr.4082>
- Zsótér, B., Németh, E. & Mészáros, A. (2022). A felsőoktatásban tanuló fiatalok jellemzése pénzügyi céljaik, attitűdjeik és magatartásuk mentén. *Vezetéstudomány*, 53(3), 60-72. DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2022.03.05>

KÖNYVISMERTETÉS/BOOK REVIEW

Integrating Digital Trends into Candidate Journeys and Employer Branding: A Book Review

***Laureana Teichert*¹**

Given the evolving landscape of recruitment, the integration of technological and media trends has revolutionized recruitment processes, transforming how companies attract potential future colleagues. “Digitales Recruiting entlang der Candidate Journey. Maßnahmen und Best Practices für erfolgreiches Employer Branding” by Michael Lorenz and Frank Nientiedt (2023) offers insights and guidelines on integrating digital components at every stage of the candidate journey. The book serves as a comprehensive guide to the complex field of digital recruiting strategies. From raising awareness to making a final hiring decision, Lorenz and Nientiedt (2023) break down the stages of the candidate journey, explaining how digital tools can be used to optimize recruitment processes and outcomes. Drawing on related research and specific industry best practices, the book discusses various aspects of digital recruitment, including social media recruiting, applicant tracking systems, predictive analytics and more. The implementation of digital technologies to create a seamless and candidate-centric recruitment process is a primary focus. The book highlights the potential of digital recruiting strategies by providing methods on how to leverage social media platforms to enhance employer branding or how to use algorithms powered by artificial intelligence to identify top talent. Lorenz and Nientiedt (2023) target an audience of HR and recruiting specialists, as well as hiring managers, who are looking to adapt and enhance recruitment performance. This work provides valuable insights applicable across different industries and organizational contexts, addressing both the need to keep up with emerging trends and the demand for practical guidance in navigating

¹ TEICHERT, Laureana,

PhD student, University of Sopron Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School, Sopron, Hungary (laurateichert1@gmail.com)

PhD student, FOM – Hochschule für Oekonomie und Management, Frankfurt am Main, Germany (TeichertLaureanaAnnaErika@phd.uni-sopron.hu)

ORCID: 0009-0007-0459-9611

the components of digital recruitment. In subsequent book review, key elements and insights are examined, focusing on the book's scientific approach and its applicability to corporate contexts.

In the following the book by Lorenz and Nientiedt (2023) is categorized within the context of related literature and scientific frameworks. Initially, the book's relevance to corporate settings and its role in connecting academic discourse with practical corporate applications are analysed. Subsequently, compared is the book to additional literature that provides a general guide to recruiting, the candidate journey and experience, as well as aspects of social media recruiting. This comparison involves both parallel and distinct analyses relative to the books "Praxishandbuch Recruiting. Grundlagenwissen – Prozess-Know-how – Social Recruiting" by Robindro Ullah and Michael Witt (2018), "Candidate Experience. Ansätze für eine positiv erlebte Arbeitgebermarke im Bewerbungsprozess und darüber hinaus" edited by Tim Verhoeven (2016), and "Praxishandbuch Social Media Recruiting. Experten Know-How/ Praxistipps/ Rechtshinweise" edited by Ralph Dannhäuser (2023).

Lorenz and Nientiedt (2023) provide an in-depth examination of digital recruiting strategies that align with the candidate journey, grounded in research and industry best practices. The authors adopt an application-oriented approach to the topics discussed, illustrating how digital recruiting concepts can be adapted to changing preferences and candidate behaviours. They reference theories that explain the factors influencing candidates' decision making and emphasize the importance of personalized and candidate-centric processes. By incorporating insights from behavioural psychology and consumer behaviour research, Lorenz and Nientiedt aim to understand how digital components can be tailored to meet evolving expectations at each stage of the candidate journey. Moreover, they describe data-driven decision making processes to highlight the significance of using analytics in assessing the effectiveness of digital recruiting practices. As technology continues to evolve, particularly with advancements like artificial intelligence and analytics, the authors stress the need to keep pace with these cutting-edge changes. Implementing such technologies in recruitment processes demonstrates a forward-thinking approach and helps gain a competitive edge in the labour market. From a digitalization perspective, the book offers valuable insights applicable to both corporate and academic contexts. It is noted that the candidate journey is presented from the company's perspective. Although the candidate experience is linked to the candidate journey, it includes additional components not covered in this

journey. The book primarily focuses on digital components, suggesting that the consideration of non-digital elements would complement the discussion. The viewpoint on recruiting practices provided is highly specialized yet detailed. To develop a more comprehensive understanding of the candidate journey, further literature must be consulted. Examples from specific industries and their applicability to other industries require critical examination with respect to individual companies. The book's scientific depth is limited in some areas, despite the substantial practical insights and industry examples provided. Various studies are referenced throughout the chapters, adding weight and a solid foundation to the statements made. However, from a scientific and academic perspective, these studies are only briefly mentioned and used as a basis for arguments without detailed descriptions or explanations of the methodological basis for their selection. More detailed information would be necessary in a strict scientific context. Nonetheless, the explanations given are suitable for integration into corporate contexts. By bridging scientific knowledge with practical implementation, the book makes valuable attempts to apply scientific methods within corporate settings.

Referenced is the book by Ullah and Witt (2018) to compare approaches of recruitment literature. Lorenz and Nientiedt (2023) focus on digital recruiting strategies within the candidate journey, whereas Ullah and Witt (2018) offer a comprehensive overview that includes both traditional and digital approaches. Their works delve into various aspects of recruitment, covering topics such as active sourcing strategies, candidate assessment methods and employer branding concepts. These books provide a broad examination of recruitment practices, extending well beyond just digital components. Through practical examples and expert insights, they elucidate the complex nature of recruitment for HR and recruiting specialists. Both books contribute valuable insights to corporate processes, albeit from different perspectives and with varied emphases. Lorenz and Nientiedt (2023) concentrate on the opportunities presented by digital advancements and trends. On the other hand, Ullah and Witt (2018) cater to companies with diverse recruitment needs, offering guidance on traditional sourcing strategies and candidate assessment frameworks in addition to digital methods. By effectively bridging theory and practice, both books enhance understanding of recruitment and its related elements, providing adaptable insights that are relevant for both academic discussion and practical application in corporate settings.

The candidate journey is a primary focus in the work of Lorenz and Nientiedt (2023), as it is in the book edited by Tim Verhoeven (2016). Both books offer insights into the candidate journey and the candidate experience, albeit from different perspectives. Lorenz and Nientiedt (2023) focus on digital recruiting components tailored to each stage of the candidate journey. In contrast, Verhoeven (2016) delves deeper into the dimensions of recruiting processes and emphasizes the importance of a positive candidate journey as a crucial element of employer branding strategies. Verhoeven (2016) integrates psychological theories and qualitative research to detail the nature of the candidate experience, from raising awareness to securing post-hire commitment. Both works provide insights that are applicable to corporate processes. Given the scarcity of talent and increasing competition in global labour markets, Verhoeven's (2016) approach to fostering reliable connections with candidates is particularly relevant. By prioritizing a positive candidate experience and commitment, organizations are urged to enhance their employer branding strategies. Verhoeven (2016) presents a perspective that is less focused on technology. Both books address the related topic of employer branding and contribute to academic discourse while guiding HR and recruiting specialists in implementing more effective candidate experiences. They highlight the importance of improving organizational efficiency and candidate satisfaction by refining employer branding concepts and the candidate journey from differing viewpoints.

The second main focus of Lorenz and Nientiedt (2023) concerns social media recruiting within the candidate journey, a theme also prominent in the book edited by Ralph Dannhäuser (2023). Both works offer insights into how digital and social media channels are integrated into recruiting efforts. Specifically, Dannhäuser (2023) zeroes in on the use of social media channels in recruitment processes, providing expert insights, practical tips, and addressing legal considerations related to social media recruiting based on professional expertise and practical experience. Additionally, a tailored guide for HR and recruiting specialists on incorporating social media platforms into recruitment strategies is provided. Both texts are applicable to corporate processes, yet they illustrate social media recruiting from distinct perspectives. Lorenz and Nientiedt (2023) cover the entire candidate journey within companies, while Dannhäuser (2023) narrows the focus to social media recruiting as a specific component of digital recruitment. Social media's role is increasingly critical in enhancing brand awareness and strengthening candidate commitment. Through bridging theory and practice, both authors enhance the understanding of digital recruitment and its

social media aspects, offering valuable insights for both academic and corporate contexts. Lorenz and Nientiedt (2023) as well as Dannhäuser (2023) approach digital recruiting strategies from unique angles but share a commitment to improving organizational performance and recruitment outcomes by integrating more digital elements and social media aspects into recruitment processes.

The book by Lorenz and Nientiedt (2023) serves as an intermediary resource for both academic discourse and practical application in corporate settings, addressing the candidate journey from a digital recruiting perspective and positioning it among general recruiting strategy guides and specialized literature on tools and topics in digital recruiting, particularly social media recruiting. By synthesizing insights from these works, organizations can develop comprehensive recruitment strategies that utilize the full spectrum of digital and social media channels, thus maximizing their capacity to attract and retain talent.

Another look has to be taken onto arising trends. Gamification is an emerging trend in the field of recruiting. Kirovska et al. (2020) introduce gamification as a novel approach within recruiting, incorporating game elements to enhance the candidate experience and increase candidate commitment. Gamification incorporates game-like aspects into recruiting processes and practices, transforming ordinary tasks into engaging experiences. Jansen (2023) delves deeper into the concept of recruitment, which merges recruiting and entertainment components to optimize the experience within recruiting processes. Jansen (2023) argues that gamified assessments provide a more appealing and accurate method of evaluating candidates' skills and their suitability for a position. Furthermore, Jansen et al. (2022) present empirical evidence supporting the effectiveness of gamification in e-recruiting. Through a series of experiments, the authors demonstrate the positive impact that gamified recruiting processes have on candidates' appreciation, commitment, and intentions to apply. By integrating gamified components into recruiting processes, organizations can mitigate candidate fatigue, enhance the candidate experience, and gain more reliable insights into candidates' skills. Given the upcoming trends of recruitment and gamification in the field of recruiting, the necessity of integrating social media into the candidate journey and tailoring recruiting practices to the target group is emphasized. The overall approach of digitalizing the candidate journey, advocated by Lorenz and Nientiedt (2023), is supported and highlights the importance of the discussed subject to recruiting strategies.

In an era where the economy is driven by disruptive technologies, social media trends, and data streams in a highly competitive labour market (Uggerslev et al., 2012), this book comes highly recommended. Given the multidimensional nature of recruitment, further literature also stresses the importance of paying close attention to each specific part of the recruiting process (Breaugh & Starke, 2000). This book is considered essential reading for those with some recruiting experience, yet who need to gain deeper insights into the technological and digital factors that drive the candidate experience. Leveraging insights from behavioural psychology, data analytics, and technological developments, the authors establish a solid foundation for optimizing recruiting processes, particularly in relation to the digitalization of the candidate journey and experience. Although the book could benefit from a more extensive scientific perspective on recruitment topics, its practical implications and actionable insights make it a valuable resource for companies striving to master the complexities of modern recruitment. Given the industry-specific nature of its examples, companies should assess whether these examples can be applicable to their own situations. Additionally, it is crucial to consider whether digital trends, in particular, can be implemented as long-term instruments. Digital trends and platforms evolve rapidly due to technological disruption, necessitating that recruitment practices be flexible and adaptable. These practices also need to be tailored to the intended target group. "Digitales Recruiting entlang der Candidate Journey" is particularly suitable for companies or representatives eager to enhance their understanding of the digital aspects of the candidate journey and recruitment processes, and who aim to implement effective strategies and approaches in talent acquisition. The book provides a thorough and guided exploration of the digital components of recruitment processes from the perspective of the candidate journey.

Declarations

The author did not receive support from any organization for the submitted book review.

The author has no relevant financial or non-financial interests to disclose.

References

- Breaugh, J. A., & Starke, M. (2000). Research on employee recruitment: So many studies, so many remaining questions. *Journal of Management*, 26(3), 405-434.
DOI: <https://doi.org/10.1177/014920630002600303>
- Dannhäuser, R. (ed.) (2023). *Praxishandbuch Social Media Recruiting. Experten Know-How/ Praxistipps/ Rechtshinweise*. 5th ed., Springer Gabler. ISBN: 9783658402280.
DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-40228-0>
- Jansen, L. J. (2023). Recrutainment: Wie die Gamification von Online-Assessments das Recruiting optimiert. *Wirtschaftspsychologie aktuell*, 30(3), 8-13. ISSN: 1611-9207
- Jansen, L. J., Diercks, J., & Kupkac, K. (2022). Spielerische Lösungen im E-Recruiting – Recrutainment: Eine Erweiterung der Klassifikation & empirische Ergebnisse. *Wirtschaftspsychologie*, 4, 62-78. ISSN: 1615-7729
- Kirovska, Z., Josimovski, S., & Kiselicki, M. (2022). Modern trends of recruitment - Introducing the concept of gamification. *Journal of Sustainable Development* (1857-8519), 10(24), 55-65. ISSN: 1857-6095
- Lorenz, M., & Nientiedt, F. (2023). *Digitales Recruiting entlang der Candidate Journey Maßnahmen und Best Practices für erfolgreiches Employer Branding*. Springer Gabler. ISBN: 9783662680964.
DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-662-68096-4>
- Uggerslev, K., Fassina, N. E., & Kraichy, D. (2012). Recruiting through the stages: A meta-analytic test of predictors of applicant attraction at different stages of the recruiting process. *Personnel Psychology*, 65(3), 597-660.
DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2012.01254.x>
- Ullah, R. & Witt, M. (2018). *Praxishandbuch Recruiting. Grundlagenwissen – Prozess-Know-how – Social Recruiting*. 2nd ed., Schäffer-Poeschel. ISBN: 9783791041629.
DOI: <https://doi.org/10.34156/9783791041629>
- Verhoeven, T. (ed., 2016). *Candidate Experience. Ansätze für eine positiv erlebte Arbeitgebermarke im Bewerbungsprozess und darüber hinaus*. Springer Gabler. ISBN: 9783658088965.
DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-08896-5_2

Business Development – Processes, Methods and Tools

Şahin Firat¹

[Andreas Kohne: Business Development – Processes, Methods and Tools Publisher: Springer Vieweg Wiesbaden, Softcover ISBN: 978-3-658-38843-0, Published: 01 December 2022, eBook ISBN: 978-3-658-38844-7, Published: 30 November 2022]

Business development has been in the center of many researches and practices about business management and business operations for decades and many company experiences in variety of industries have revealed so far that creative and productive (innovative) design and solutions found for goods and services are important factors for reaching planned financial targets. Business development concept is also important for entire economic and social life if considered in total from the aspect of business management culture. Business development is a process of continues planing, producing, controlling and feedback, realized via agile acting approach with specialized mindset, skillset and toolset, in relate to the products to improve them for the client needs and use. With a broad management perspective in ten chapters, the author, Dr. Andrea Kohne, is explaining the business development concepts and processes in the book titled „Business Development - Processes, Methods and Tools”.

In the introduction chapter the author defines business development as a collection of different approaches that, when they are used properly, assist to align a company with client needs and market integration. It is stated that rather than trying to develop the whole company, business development optimizes and expands individual areas of a company such as a specific business operation, product or service. The author also explains the importance of change management, agility and corporate culture in business development processes.

In Chapter 2, the author explains the basic conditions of business development as mindset, skillset and toolset, and determining tasks and roles to

¹ FIRAT, Şahin

University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School, Hungary
(WT3399@uni-sopron.hu)

further implementing the business development processes via integrated business development unit/s to the organization which may consist of a separate central team or may work inside the each individual organization unit as a decentralized unit. Followingly, a prototypical process framework of business development cycle in detail are explained which can be adapted and/or customized by the companies based on their specific conditions, targets and needs. Business development processes are prototypically outlined in 12 stages in the book; if summarized;

1) *Idea Phase*: Business development is motivated with a change request based on information received from the market, or initiated with the organization unit involving in product to improve it's conditions for the customers. In the center of this motivation there is necessity which should be identified. After identification of the necessity, the goal should be clarified based on these necessities. *Variety of needs and goals should be taken in to consideration optimally in business management (Drucker 2012)*. In the idea phase, some of thinking techniques can be applied to make the working process more prolific; brainstorming, mind mapping, design thinking, maker thinking, destroy our business, design sprint, hackathons and the magic question, can be some of these methods to be applied based on the product/service planned to be developed. *Successful multiple-product innovation blends limited structure around responsibilities and priorities with extensive communication and design freedom to create improvisation/inspiration within current projects (Brown & Eisenhardt 1997, p. 1)*.

2) *Project Plan*: After the idea phase, the roadmap must be created to evaluate whether the project of the idea worthwhile to realize. For this purpose; the blueprint (technical, architectural details) of the project should be clarified, the budget plan, target group – market analysis, risk assessment, revenue-costs-resource analysis, cost-volume-profit analysis, investment projections should be done, deadlines and key performance indicators of the project should be determined.

3) *Business Model*: After the project plan is accepted, the influences of the new project on current business model/s must be evaluated in terms of whether a change in business model/s is necessary. Value chains should be reassessed, to customize them to the new business model. For this purpose business model canvas can be used, which consist of following 9 step; 1- value proposition 2- customer segments 3- customer relationship 4- channels 5- key activities 6- key resources 7- key partners 8- revenue streams 9- cost structure.

4) *Business Plan*: After business model is structured, customizing the project plan to the new business model and conditions should be completed. The business plan should include the overall economic context.

5) *Prototype*: In prototype stage, the schematical/graphical illustrations are created and beyond these illustrations the first version of the product as a trial item or Minimal Viable Product (MVP) demonstrating the core features of the new product is formed and become an object of experience from the pure idea. The prototype must be evaluated from the customer and the production units perspective. The scenario analysis can also be realized in this stage.

6) *Development Phase*: In development phase, based on the project and plan, a new product in it's final form is started to be produced or the existing product is improved/optimized. A product line is structured and settled based on the technical specifications of the product and it's components, the related knowledge, personnel, hardware and software tools are gathered. This is the phase where final version of the product is developed.

7) *Test Phase*: after the ultimate version of the new product is formed, it must be tested by the potential customers to detect missing parts and potential errors of the product at an early stage. Before the test phase, compliance criteria must be met. During and after the test phases the customer feedback should be noted for the necessary updates and configurations.

8) *Realization Phase*: After the positive evaluation of customer feedback received through the test results, the realization phase is the following step which represents the overall operations of the team. New product portfolio are started to be directed based on new production, distribution, finance and marketing strategy plans, interorganizational coordination is maintained and periodic controls are done and support for clients after sales are organized during the realization phase.

9) *Communication and Internal Marketing*: During the business development phases keeping communication clear and influential is very important for motivation and success. Using a communication strategy that is individually adapted to the change, the failure of a project can be prevented and the actual goal of a project can be successfully achieved.

10) *Documentation*: Just as internal communication should accompany to the business development processes continuously, the overall process flow and records of it's individual process results should be documented and stored centrally for retrospective and prospective analysis and evaluations. Database about the business development projects should be created.

11) Lessons learned: It would be reasonable, the stakeholders to state their opinions and talk about their experiences in relate to the business development project and it's outcomes in a meeting together with other stakeholders who are involved in the project to understand the experience better and to increase the quality of the following project's process flows.

12) Continuous Improvement: After lessons learned sessions, the business development processes are verified again and they are optimized for the following term. The processes of constant reflection and adaptation is called PDCA cycle, these basic steps are summarized as; plan-do-check-act. In this chapter the business development is also evaluated from the agile act, three horizons model by McKinsey, innovation landscape and business development KPI analysis perspectives.

In Chapter 3, chapter the author explains the importance of product portfolio as a whole; since business development have a direct impact on individual portfolio elements and perception of whole brand, the portfolio analysis are important to better understand the current standing point and to form the new strategy of the company. It can be stated that these analysis can be realized via 1- portfolio structure analysis, through which the company can use BCG Matrix, 2- portfolio lifecycle analysis through which BCG life Cycle and Diffusion of Innovation analysis can be realized to be able to see the current stage of the product. and 3- portfolio management analysis through which the company can determine it's strategy as „market penetration”, „market development”, „product development” or „diversification” by considering existing and new, market and product characteristics via Ansoff Matrix.

In Chapter 4, the role of the resources in business development are explained. Personal skills, technology used, know-how, business partners and budget can be counted among these resources. It is stated that the resources can be internally or externally obtained for the business operations and optimizing these resources is important for achieving planned results. Merging and acquisition type of investments may also be reasonable options in some cases to reach required resources for realizing business development plans.

In Chapter 5, the author explains the target market analysis which are essential to form the product features in compliance with the target market expectations. It is realized via 1- market observation, where Gartner Hype Cycle can be used to see the current and future trends of the market, 2- market segmentation, where some demographic and geographic factors can be considered to determine the common features of the clients, 3- risk analysis, where the PESTEL analysis can be realized based on political,

economic, social, technological, environmental and legal factors to understand the business environment better to further direct the business operations, and the SWOT analysis can be realized to determine the company strategy by evaluating what can be realized with its strengths and potential opportunities despite its weaknesses and by avoiding potential treats. Internationalization of the product can also be taken in to consideration based on region specific analysis.

In chapter 6, the core marketing operations are explained from the perspective of market cultivation strategy which are realized after the market analysis. The aim of the market cultivation strategy is expressed as to present and supply the product optimally through a market driven pricing model in a well defined market via well controlled marketing and sales channels. It can be stated that here in this stage, 4 basic tools of marketing as product, place, price & promotion are actively initiated to be used. Online marketing which is formulized as search engine marketing=search engine optimization+search engine advertising, and importance of partners concept such as distributors, technology partners, suppliers and financial partners are also described in this section.

In Chapter 7, the significant practical details about a business development cycle of a software company is demonstrated via a comprehensive (from the beginning to the end) real case study. This section supports visualizing the processes of a real business development case.

In Chapter 8, to an interview with the vice president of T-Systems, Björn Radde, is given place. The chapter provides an insight into the use of business development at T-Systems. Innovation centers where new technologies and business models are tested together with the clients are described as an example of operating appropriate to the target market expectations.

In Chapter 9, the business development processes described in detail in the book are summarized via the following 6 steps; They can be explained in sequence as;

1 – Basics: Business development itself is a change in organization for providing better goods/services in response to the changes in client needs. Creating a business culture considering the idea of „change” as a normal and necessary factor of continuous business is vital for a company’s business development. Prevailing an internal agreement in the entire organization about the necessity of developing new products is important and the changing processes should involve all the stakeholders with a controlled project flow. *All service institutions are threatened by the tendencies to*

cling to yesterday rather than to slough it off, and to put their best and ablest people on defending what no longer makes sense or serves a purpose (Drucker 1986, p. 106).

2 – Organization and Process: The roles, responsibilities, tasks and the personnel profiles of the business development team members must be clarified in accordance with required criteria to further implement the planned business development processes. The centralized or decentralized organization units can be created in the company to create new business development ideas to be realized.

3 – Portfolio: The portfolio includes all the goods and services which is being provided to the existing clients or having potential to be provided to the prospective clients. A clear definition of all these products make the life cycle and performance analysis easier to realize. The product portfolio can be restructured based on the result of these analysis and potential new product features can be initiated to be determined.

4 – Resources: For realization of the business development projects, the resources (employees, equipment, and software for instance) must be gathered optimally considering required skills and technology. If necessary, external resources (external finance sources or outsource services for instance) may also be used by taking optimal liability/equity structure of the company in to consideration. Acquisition method can provide advantage of reaching these resources more quickly to enter in to the targeted market and/or to increase the market share. A controlling system to monitor these resources and their productivity should also be established. *Resources include the abilities or ‘competencies’ that are fundamental to the competitive advantage of a firm (Eisenhardt-Martin 2000, p. 1107).*

5 – Target Market: The target market analysis in detail are very important to realize sales operations with planned volume and with required qualifications. Accurate market segmentation, continues market observation and accurate product design which is made based on these segmentations and observations are principal requirements of these marketing activities. Internationalization of the product and sales operations should also be evaluated if it is feasible considering the specific market analysis results.

6 – Marketing Strategy: The four basic elements of marketing as product, place, price and promotion are initiated to be applied after determining the target market. The marketing strategies are important in sustainability of sales after the first presentation of the product. In addition to own distribution channels, outsourced business partners can be also used to broaden

the sales channels. Promotion and/or publicification activities should accompany to the core sales operations to keep the customer information updated. Services after sale and feedback mechanism should be maintained for progressing the operations. It can be stated that acting with agile approach accompanies to all of these six steps.

In Chapter 10, quotes from scientists and business experts in relate to business development are stated. The readers attention is drawn to comprehend how extensive the business development subject is, when evaluating that in both theory and practical experiences perspectives. Thus in each case, the processes may differentiate and gain unique specifications based on the structure of the organization and nature of the business and market.

As a business development expert, the author, Andrea Kohne, has professional experience in sales and management, doctorate degree in computer science from Technical University of Dortmund and works as a university lecturer and as a consultant and trainer. The content of the book does not only provide theoretical aspects but also practical methods. The explanations and figures in relate to business development processes are supported by real business case examples in variety of different industries for readers to better illustrate and understand the explained concepts and their relations with prior and following business development stages. The book provides a detailed content about business development concepts and having features of being a reference resource for professionals to understand how to structure their business development strategies, moreover for researchers interested in related business studies.

References

- Brown, S. L., & Eisenhardt, K. M. (1997). The art of continuous change. *Administrative science quarterly*, 42(1), 1-34.
DOI: <https://doi.org/10.2307/2393807>
- Drucker, P. (1986). *Management, tasks, responsibilities, practices*. Truman Talley Books - E. P. Dutton, New York, SBN 0-525-24463-8.
URL: <https://tinyurl.com/ydscrekh>
- Drucker, P. (2012). *The practice of management*. Routledge
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they?. *Strategic management journal*, 21(10 - 11), 1105-1121.
DOI:
[https://doi.org/10.1002/1097-0266\(200010/11\)21:10/11<1105::AID-SMJ133>3.0.CO;2-E](https://doi.org/10.1002/1097-0266(200010/11)21:10/11<1105::AID-SMJ133>3.0.CO;2-E)

**Handbook of the circular economy:
Transitions and transformation
Book review**

Máté Kriza¹

[Alexander, A., Pascucci, S. & Charnley, F. (eds., 2023). *Handbook of the circular economy: Transitions and transformation*. De Gruyter, Berlin/Boston. 504 pp. ISBN 978-3-11-072322-9]

Since the term “circular economy” emerged in the economic and environmental literature at the beginning of the 2010’s, an ever-growing number of articles, papers, reports and books have been published on this new concept that aims at the ending of the so-called linear economy and ushering into a new economic paradigm. The circular economy’s foundations lay on several schools of thought of the past almost sixty years which promote closed-loop systems and nature-inspired metabolisms in the economy, starting from Boulding’s seminal work “The Economics of the Coming Spaceship Earth” (1966) through Stahel’s “Product-Life Factor” (1982) and Pearce and Turner’s “Economics of Natural Resources and the Environment” (1994), until McDonough and Braungart’s „Cradle to Cradle” (2002) or Gradel and Allenby’s “Industrial Ecology” (2003) – just to name a few. Since the term “circular economy” was born in the past decade, this concept has been a popular subject of the economic, business, environmental, technical and even popular literature (Freed & Ritchie, 2021). If you just search on Amazon for circular economy related books you will get 278 results and 10(!) handbooks² on this topic, which apparently shows that there is a quickly growing choice of publications on this subject. Out of these publications I chose one book for review, titled *Handbook of the Circular Economy* (Alexander et al., 2023), as it provides a wide and multi-perspective insight for the interested on this new and continuously developing notion, called circular economy.

The *Handbook of the Circular Economy* was edited by three researchers and received contributions from 48 authors from all over the world. The

¹ KRIZA, Máté PhD student,
University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management
Doctoral School, Hungary
(Kriza.Mate@phd.uni-sopron.hu)

² Amazon.com: <https://tinyurl.com/56drt8fa> (Downloaded on 7 May, 2024)

editors (Allen T. Alexander, Fiona Charnley, Stefano Pascucci) are all scholars of the University of Exeter Business School (UK) and have an impressive academic background in sustainability and circular economy research. The contributors are also mostly researchers from various universities, while the others are thought-leaders, practitioners, policymakers, and business owners who share their views and findings.

The handbook's main objective is to explore the various circular transitional activities and to present the transformed circular economy, therefore all three sections' title of the book contain the word transformation or transition, like "Introducing transformation" (Part 1), "The state of the transition" (Part 2), and "Industrial vignettes: exploring industry transition" (Part 3). In the first section seven circular economy thinkers, activists, and practitioners share their ideas and opinions – in a transcript of an online interview – on how they see the transition to a circular world and what they consider as the major challenges. Out of the several interesting and thought-provoking views, I would highlight Walter Stahel's, one of the "godfathers" of the circular economy and the inventor of the term *performance economy*, who explains the importance of the necessary framework conditions for the remanufacturing and the danger of cannibalising the sales of the non-remanufactured products.

The second section covers the empirical works of the most renowned researchers in various fields related to circular economy, including design, innovation, accounting, resource management, and social impacts. The chapters of this section provide a host of perspectives and a deep-dive insight into the theoretical background, as well as the practical implementation of the circular economy tenets in different segments and sectors of the economy and society. I found a chapter dealing with the social aspects particularly interesting and relevant: it deals with the circular society activism, showcasing grass-root initiatives like collecting waste from local companies and upcycling them into reusable lunchboxes or backpacks, or the other example of the Repair Cafés where anyone can bring its broken or faulty items to be repaired with the help of volunteer repairers.

The final section consists of brief descriptions of business and industry innovations, like the RASA car, fitted with fuel cell technology and lightweight engine, the Rype office furniture which takes full product responsibility, guaranteeing customers to take back any furniture at end-of-use at no additional cost, or the Packshare that created a digital platform to facilitate the reuse of packaging with local communities. Each example in this section consists of a rational, leadership, approach and reflection part, which

helps to understand better the motivations and drivers, the actual implementation and the challenges these innovations have encountered.

In summary, the book provides a good research-oriented overview of the status quo and the future prospects of the circular economy transition, collecting a diverse and multidimensional view of authors, and showcasing business, design and social innovation examples. The handbook is ideal for students, researchers and experts, but in my opinion it is somewhat too long and theoretical for practitioners or managers, therefore its potential practical impact will probably be limited.

References

- Boulding, Kenneth E. (1966). The economics of the coming spaceship Earth. In: H. Jarrett (ed., 1966). *Environmental Quality in a Growing Economy*, Resources for the Future/Johns Hopkins University Press, Baltimore, 3-14.
- Freed, E. C., & Ritchie, K. J. (2021). *Circular Economy For Dummies* (1st ed.). John Wiley and Sons. ISBN: 978-1-119-71640-2
- Graedel, T. E. & Allenby, B. R. (2003). *Industrial ecology* (2nd ed). Prentice Hall.
- McDonough, W. & Braungart, M. (2002). *Cradle to cradle: Remaking the way we make things* (1st ed). North Point Press.
- Pearce, D. W. & Turner, R. K. (1994). *Economics of natural resources and the environment*. The Johns Hopkins Univ. Press.
- Stahel, W. R. (1982). The Product-Life-Factor. In: An inquiry into the nature of sustainable societies: The role of the private sector. Houston Area Research Center.
URL: <https://tinyurl.com/afus6dbb>

A KÉZIRATOK FORMAI ÉS SZERKEZETI KÖVETELMÉNYEI

1. Kéziratokat kizárólag elektronikus formában, e-mailen fogadunk.
2. A kéziratok Microsoft Word vagy azzal teljesen kompatibilis szövegszerkesztővel készüljenek!
3. A képek, ábrák, térképek, táblázatok a mellékletben szerepelnek, a szövegben csak jelölni kell a körülbelüli helyüket. Pl. „A 18. táblázat körülbelül ide”.
4. A kiadványba – a mérete miatt – maximum 12,25 cm széles ábra/táblázat/kép illeszthető be. Amennyiben A4-es méretben szerkesztik, ellenőrizték, hogy a megadott szélességben is értelmezhető maradjon-e. Az ábrákat és a táblázatokat szerkeszthető formában küldjük meg (ne képként)! Az eredeti forrásfájlt mindenképpen kérjük mellékelni!
5. Az alkalmazott betűtípus és méret: **Times New Roman 12. Sortávolság: 1,5.**
6. A formai és irodalmi hivatkozásoknál a kötelezően alkalmazott stílus az **APA**. Lásd részletesen: <https://journal.uni-sopron.hu/index.php/gt/szerzoi-utmutato>.
7. A kéziratok terjedelme táblázatokkal, ábrákkal stb. együtt nem haladhatja meg a 20 A4-es oldalt (1,5 sor-távolság, 12-es betűméret).
8. Az alábbi **kötelező** szerkezete:
 - a. cím, szerző(k) – titulus, név, beosztás, intézmény – **angolul is kötelező –, csak a kapcsolattartó szerző e-mail elérhetősége;**
 - b. magyar nyelvű absztrakt (maximum 200 szó címmel együtt) és maximum **5 kulcsszó/kötelező, JEL kódok/kötelező;**
 - c. angol nyelvű cím és absztrakt (maximum 200 szó címmel együtt) és maximum **5 kulcsszó/kötelező;**
 - d. bevezetés, célok;
 - e. a téma felvezetése, a vonatkozó szakirodalom bemutatása, értékelése;
 - f. az alkalmazott módszerek (ha értelmezhető);
 - g. a téma tárgyalása/kutatási eredmények (ha értelmezhető);
 - h. következtetések/összefoglaló;
 - i. irodalomjegyzék (**csak APA stílus**), ha felhasznált forrásművek **DOI számmal** rendelkeznek, kérjük azokat is feltüntetni (az ISBN vagy ISSN számon túl)!
9. A könyvismertetések terjedelme nem haladhatja meg a hat A4 oldalt (Times New Roman, 1,5 sortávolság, 12-es betűméret). Az ismertetés címe és a szerző neve után szögletes zárójelben meg kell adni az ismertetett könyv, kiadvány teljes bibliográfiai adatait, beleértve az ISBN, ISSN és DOI számot.
10. A követelményekkel nem egyező kéziratokat a szerkesztőség visszaküldi.
11. A szerkesztő fenntartja a jogot a kézirat terjedelmi és minőségi változtatására.
12. Korábbi számok: <http://gt.uni-sopron.hu>.

MANUSCRIPT STYLE REQUIREMENTS

The Journal of Economy & Society (JES) is a quarterly publication of the University of West Hungary. It is designed to provide information and fresh perspectives on issues of importance to professional economists and social scientists and to all readers interested in policies affecting economy and society.

The editors of The Journal of Economy & Society are looking for papers that inform our readers and engage them in discussion about issues of relevance to the disciplines of economics and social sciences. If you want to publish in JES you must accept the following writing style guidelines for submission.

1. Send manuscript by email to gazdasag.tarsadalom@uni-sopron.hu. Email attachments are acceptable.
2. We accept papers in English, German and Hungarian.
3. Manuscripts must be edited by Microsoft Word (or MS Word compatible word processor).
4. Manuscripts including abstract, footnotes, references, and appendices should be Times New Roman 12, one and half spaced. Papers should be thoroughly checked for misspellings and grammatical errors, and should not exceed 20 pages (including tables, pictures, maps, figures).
5. Papers have to follow the next structure:
 - a. Title, completed with the name(s), host institute(s) and academic position(s) of the author(s) or authoress(es) and **one e-mail address of the corresponding author** for further communication;
 - b. An abstract in the language of study (not more than 200 words) and a title and an abstract in English too (see APA style). plus 5 keywords maximum and JEL codes;
 - c. Introduction, objectives;
 - d. Explaining the issue and relevant literature;
 - e. Methodology, data sources (if relevant);
 - f. Description, findings;
 - g. Summary / Conclusions;
 - h. References (**we accept APA style only**). See <https://journal.uni-sopron.hu/index.php/gt/szerzoi-utmutato>.
 - i. We require the **DOI number** (if available) and ISBN, ISSN numbers too.
6. Brief footnotes are acceptable only.
7. Required tables, pictures, maps, figures should be enclosed and on separate sheets, following all references. Notify editors of appropriate position of tables, pictures, maps and figures within the text (e.g. **Table one about here**).
8. The maximum width of 12.25 cm is acceptable by tables, figures and pictures to maintain legibility. If they are edited in A4 format, please check that it remains readable at the specified width. Also, please send figures and tables in an editable format (not as images). If you can only include them as images in the document, please attach the original excel file.
9. References should be presented in alphabetical order. See **APA** style.
10. The editor reserves the right to edit all submissions for clarity and length.
11. Back issues: <http://gt.uni-sopron.hu>.



SOPRONI EGYETEM KIADÓ
UNIVERSITY OF SOPRON PRESS