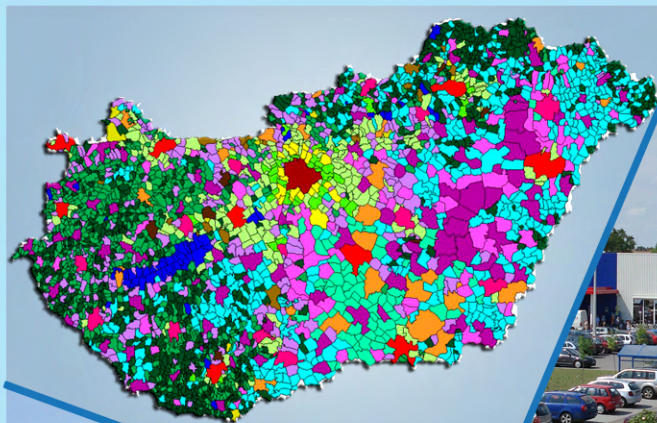




SZENT ISTVÁN  
EGYETEM

# A falutipológiától a marketingföldrajzig



Szent István Egyetemi Kiadó

## A FALUTIPOLÓGIÁTÓL A MARKETINGFÖLDRAJZIG



# A FALUTIPOLÓGIÁTÓL A MARKETINGFÖLDRAJZIG

Tanulmányok

SIKOS T. TAMÁS tiszteletére

Szerkesztette

TINER TIBOR–TÓTH TAMÁS

Gödöllő, 2013

Lektorálta

MICHALKÓ GÁBOR DSC

Tipográfia és borítóterv

GARAI-ÉDLER ESZTER

Felelős kiadó: Lajos Mihály

Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Regionális  
Gazdasági és Vidékfejlesztési Intézet

© Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar  
Regionális Gazdasági és Vidékfejlesztési Intézet, 2013

Nyomda: SZIE Kiadó

Minden jog fenntartva, beleértve a sokszorosítás, a mű bővített, illetve rövidített változatainak kiadási jogát is. A kiadó írásbeli hozzájárulása nélkül sem a teljes mű, sem annak része semmiféle formában (fotókópia, mikrofilm vagy más adathordozó) nem sokszorosítható és nem publikálható.

ISBN 978-963-269-364-4

Gödöllő

## TARTALOM

Köszöntő.....	7
<i>Antalík Imrich: Versenyképesség és vállalkozói környezet – trendek és folyamatok Szlovákiában.....</i>	<i>9</i>
<i>Beluszky Pál: A kereskedelem formái és központjai Magyarországon a dualizmus korában .....</i>	<i>25</i>
<i>Enyedi-Tiner Klára: A fesztiválok szerepe a Balaton-parti kisvárosok kulturális gazdaságának fejlesztésében Zamárdi példáján.....</i>	<i>41</i>
<i>Káposzta József–Nagy Henrietta: A vadászat és a vadászturizmus szerepe a vidék gazdaságában.....</i>	<i>51</i>
<i>Kovács András: Az e-kereskedelem földrajzi dimenziói Magyarországon....</i>	<i>67</i>
<i>Lengyel Attila–Szabó Lajos: Spiritualitás és fenntartható fejlődés .....</i>	<i>83</i>
<i>Nagyné Molnár Melinda: A szociálgeográfia helye a falukutatásokban.....</i>	<i>97</i>
<i>Neszmélyi György–Villányi László: Tigrisbébi Afrika partjainál? Mauritius nemzetgazdaságának fejlődése, kihívások és kilátások .....</i>	<i>117</i>
<i>Papp Vanda: Meggyőzés, manipuláció és a hibás érvelés stratégiája néhány bevásárlóközpont reklámjaiban .....</i>	<i>129</i>
<i>Romány Pál–Oláh Izabella–Kis Máté: Vidék, vidékpolitika Magyarországon.....</i>	<i>143</i>
<i>Ruzsinné Tillesch Judit–G. Tóth László: A kedvező ökológiai állapot és az integrált gazdaságfejlesztés megvalósításának lehetséges irányai az Ipoly völgyében .....</i>	<i>149</i>
<i>Seres Huszárik Erika: A multinacionális üzletláncok telephelyválasztási stratégiája Szlovákiában .....</i>	<i>169</i>

<i>Szabó Ingrid</i> : Atipikus foglalkoztatási formák Szlovákia munkaerőpiacán.....	183
<i>Tiner Tibor</i> : Mobilszaküzletek telephely választásának sajátosságai Budapest agglomerációs övezetében.....	191
<i>Tóbiás Kosár Silvia</i> : Tudásmenedzsment jellemzők a szlovák–magyar határtérségben .....	205
<i>Tóth Tamás–Máté Péter</i> : Vidékfejlesztés a döntéshozatali eljárások tükrében.....	217
<i>Viczián István–Balogh János</i> : Ár alatt – bevásárlóközpont a Sajó árterén.....	237

## Köszöntő

E tanulmánykötettel a 60 éves SIKOS T. TAMÁS egyetemi tanárt, a gödöllői Szent István Egyetem professzorát, az Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola vezetőjét köszöntik kollégái, pályatársai, barátai és tanítványai. Aki ismeri ünnepeltünket, az még inkább egyetérthet azzal a megállapítással, hogy a 60. életév bár a számvetés szempontjából fontos mérföldkő egy ember életében, betöltése ma már nem az öregséget, a visszavonulás évtizedének eljövételét jelenti. Ellenkezőleg: éppen ekkor jön el az ideje és a lehetősége annak, hogy a sok-sok éven át összegyűjtött tudományos kutatói, tudományos szervezői és oktatói tapasztalatot a lehető legjobban át lehessen adni a tudományos és felsőoktatási pályán elinduló fiatalabb nemzedékek képviselőinek. A hazai tudományos életben kevesek mondhatnak magukénak olyan változatos, szakmai eredményekben, azok hasznosításában, továbbá felsőoktatási tapasztalatokban bővelkedő évtizedeket, mint ő, akinek eddigi életútja sokak számára példaértékű és ösztönző lehet.

SIKOS T. Tamás 1976-ban szerzett közgazdász diplomát. Még ugyanebben az évben bekerült az MTA Földrajztudományi Kutatóintézet Területfejlesztési Osztályára, ahol ekkor az osztályvezető ENYEDI György volt. A kiemelkedő tudományos műhelyként számon tartott kutatóhelyen együtt dolgozni a kor egyik meghatározó tudóseyéniségével nagy lehetőség volt egy pályakezdő fiatal és ambiciózus kutató számára, e lehetőséggel SIKOS T. Tamás maximálisan élni tudott. Egyetemi doktori fokozatának megszerzése (1977) után már tudományos munkatársként foglalkozott a regionális kutatások matematikai módszereinek továbbfejlesztésével, amelynek falutipológiai célú alkalmazása komoly visszhangot kiváltó eredményt hozott a BELUSZKY Pállal közösen írt „Magyarország falutípusai” c. könyv (1982) megjelenésével. Ezen időszak terméke volt az általa szerkesztett „Matematikai és statisztikai módszerek alkalmazási lehetőségei a területi kutatásokban” c. könyv (Akadémiai Kiadó, 1984) is, amivel tovább növelte kutatási területének elismertségét.

1986-ban elnyerte a földrajztudomány kandidátusa címet „Borsod-Abaúj-Zemplén megye falusi településeinek lakossági infrastruktúra-elemzése matematika-földrajzi módszerekkel” c. disszertációjának megvédésével. Ebben az évben nevezték ki tudományos főmunkatársként az ENYEDI György akadémikus által 1984-ben alapított MTA Regionális Kutatások Központjába. Ekkortól kapcsolódott be a felsőoktatásba, kutatási eredményeit az Eötvös Loránd Tudományegyetemen és a szegedi József Attila Tudományegyetemen óraadóként igyekezett átadni.

Az 1990-es évtized első éveit a nemzetközi tapasztalatszerzés értékes időszakát jelentették számára. Az 1991-ben megkapott Soros ösztöndíjasként 3 hónapot tölthetett Nagy-Britanniában mint az University of Newcastle upon Tyne, vendégkutatója, majd az ugyanazon évben elnyert egy éves Fulbright ösztöndíjjal a State University of New York-on (Albany) kutathatott. Hazatérése után nem elégedett meg azzal, hogy megszerzett új elméleti ismeretei csak a tudomány és a felsőoktatás számára legyenek hozzáférhetők. A hazai üzleti életben való hasznosításuk céljából megalapította a Geomarket Kkt-t (1993), ahol az általa kifejlesztett Geomarket v4 GIS térinformatikai szoftver segítségével jelentős mértékben kibővítette a hagyományos Földrajzi Információs Rendszer (FIR) alkalmazhatóságát. Mindez felkeltette a főváros vezetésének érdeklődését is, és támogatásukkal megszülethetett a Geomarket és a Kossuth Kiadó kétnyelvű, piacképes CD-ROM-ja, a „Budapest Tér-Képekben”.

Széleskörű tudományos és üzleti tevékenysége mellett SIKOS T. Tamás az 1990-es évek közepétől a felsőoktatásban is egyre aktívabban vett részt. 1994–1998 között a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetemen működő International Studies Centre ven-

dégprofesszora volt, majd 1995-ben a tatabányai Modern Üzleti Tudományok Főiskoláján (MÜTF) kapott főiskolai tanári állást, ahol tíz éven át több tantárgyat is oktatott, közöttük az általa kifejlesztett A GIS üzleti alkalmazása, az Üzleti földrajz és a Marketingföldrajz tárgyakat. Ezek tartalmát elektronikus jegyzetként CD-ROM-on is megjelentette, ami ekkor még újdonságnak számított. Miközben 1996-tól végleg elkötelezte magát a felsőoktatás mellett mint főállású oktató, hazai és nemzetközi kutatásait továbbra is változatlan energiával folytatta, s tudományos pályáján határozott léptekkel haladt előre. 2003-ban „Marketingföldrajz” c. disszertációjával megszerezte az MTA doktora címet. Ugyanazon évben elnyerte a három éves Széchenyi István tudományos ösztöndíjat, majd 2004-ben sikerrel habilitált az ELTE-n. 2005-ben a köztársasági elnök egyetemi tanárrá nevezte ki.

2004-től nagy lendülettel kapcsolódott be a határon túli (szlovákiai) magyar nyelvű felsőfokú közgazdászképzés szervezésébe. A frissen alapított révkomáromi Selye János Egyetem rektorának felkérésére elvállalta a Gazdaságtudományi Kar dékáni tisztségét, amelyet 2004 és 2011 között töltött be. Szívügyének tekintette, hogy olyan egyetemi oktatógárdát hozzon létre, amelynek a tagjai a színvonalas magyar nyelvű képzés érdekében magas szinten képesek átadni tudásukat. Ezzel párhuzamosan igazgatóként megindította a tudományos munkát az általa 2004-ben alapított Selye János Egyetem Kutatóintézetében, útjára bocsátotta az Intézet angol nyelvű tudományos folyóiratát, a Selye Studies-t, valamint számos, általa szerkesztett tanulmánykötetet is megjelentetett. 2006-ban megvált a MÜTF-től, azóta a gödöllői Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Karán a Regionális Gazdasági és Vidékfejlesztési Intézet egyetemi tanáraként végzi magas szintű oktatói és tudományos szervezői munkáját.

SIKOS T. Tamás szerteágazó szakmai közéleti tevékenységéről is ismert. 1985 óta aktív tagja, ill. tisztségviselője számos nemzetközi és hazai tudományos szervezetnek (Regional Scientific Association, NFU Matematikai Modellezési Bizottsága, NFU Elméleti és Kvantitatív Földrajzi Kollokviuma, ill. MTA Regionális Tudományi Bizottság, MTA Marketing Elméleti-Módszertani Bizottság, MTA Fogycsökkentés-Gazdaságtan Tudományos Bizottság, MTA VITA Alapítvány), emellett személyes szakmai kapcsolatai is szerteágazók, Oroszországtól Lengyelországon, Svájcban, Nagy-Britannián és az USA-n át egészen Nepálig terjednek.

A nemzetközi és hazai publikációs tevékenységét a tartalmi gazdagság és a tematikai sokszínűség jellemzi a falutipológiától a marketingföldrajzig. Szerzői-szerkesztői munkásságát az első tudományos közleményének megjelenése (1977) óta eltelt bő három és fél évtizedben 33 önállóan, ill. társszerzőkkel írt és 23 általa szerkesztett kötet, 35 tudományos cikk, valamint 42 könyvfejezet fémjelzi.

Noha SIKOS professzor tudományos munkásságáért eddig több akadémiai kitüntetésben is részesült, ő valószínűleg nem ezekre a legbüszkébb, hanem egy több év verejtékes küzdelme árán kivívott sikerre: az általa 2011-ben létrehozott, 2013-tól ENYEDI György nevét viselő Regionális Tudományok Doktori Iskola megalapítására a Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Karán, amelynek vezetőjévé nevezték ki. Ez a fegyvertény jól bizonyítja, hogy mennyire szívügyének tekinti a tudományos utánpótlás biztosítását.

Amikor most 60. életéve betöltésének alkalmából köszöntjük, azt kívánjuk, hogy továbbra is jó egészségben, a rá olyannyira jellemző töretlen ambícióval, szakmai elkötelezettséggel és kutatási kedvvel folytassa eredményekben gazdag tudományos és oktatói pályáját!

TINER TIBOR

## **Versenyképesség és vállalkozói környezet – trendek és folyamatok Szlovákiában**

ANTALÍK IMRICH<sup>1</sup>

### **Competitiveness and business environment – trends and processes in Slovakia**

Competitiveness and business environment are at present in the centre of debates. These debates focus on how to increase competitiveness and how to improve business environment. One of the aims of the study is to specify the above mentioned two notions, the notion of competitiveness and the notion of business environment. The second part of the study surveys the methodology used in measuring competitiveness and the number of methods used in measuring the quality of business environment at present. The study reveals the methods used in Slovakia. The third part of the study contains the summary of findings about the quality of Slovak business environment.

**Keywords:** competitiveness, quality of business environment, models, Slovakia

### **Bevezetés**

Napjaink gazdasággal kapcsolatos egyik kulcsszava a „vállalkozói környezet” fogalma, amely több vonatkozásban is előfordul és viszonylag nehezen értelmezhető, hogy éppen ki mit ért alatta. Továbbá kellőképpen általános fogalom ahhoz, hogy alkalmas legyen arra, hogy adott érdekeknek (pl. politikai érdekeknek) megfelelően kellő hatás elérésére használják, viszont mégse kelljen konkretizálni és továbbértelmezni. A vállalkozói környezet fogalmához emiatt talán csak a „versenyképesség” fogalma hasonlítható. Akárcsak a vállalkozói környezet minőségén, ugyanúgy a versenyképességen is érdemes javítani.

Az alábbi kérdéseket kell feltennünk ezek után: Kinek a versenyképességén kívánatos javítani? Egy ország, egy régió, egy ágazat vagy egy konkrét vállalat versenyképességén? Vajon hogyan áll jelenleg a versenyben az adott gazdasági alany? Továbbá hogyan is kellene ezt mérni egyáltalán? Nos, ha-

---

<sup>1</sup> PhDr, Selye János Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Komárno. PhD-hallgató, Szent István Egyetem, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, Gödöllő.

sonló módon közelíthetjük meg a vállalkozói környezet fogalmát is. Milyen szinten, mekkora területi egységre, milyen ágazatra, ill. esetleg csak egy-egy konkrét vállalkozásra értelmezzük a fogalmat? E tanulmány egyik célja, hogy tisztázza a vállalkozói környezet fogalmát és azokat a tényezőket, melyek a vállalkozói környezet minőségét adott perspektívában befolyásolják, továbbá hogy betekintést nyújtson a jelenleg a mérési módszerek során figyelembe vett tényezők körébe. A tanulmány másik célja, hogy a vállalkozói környezet alakulásának folyamatát és trendjeit Szlovákia szempontjából értelmezze, bemutassa a vállalkozói környezet minőségének alakulását.

### **A versenyképesség és a vállalkozói környezet fogalmának behatárolása**

A bevezetőben nemhiába említettük példaként a versenyképesség fogalmát, hiszen a vállalatok versenyképessége és vállalkozói környezet kéz a kézben járnak. A versenyképesség fogalmával ugyanakkor nagyon széles szakirodalom foglalkozik, a különböző értelmezések tárháza igen változatos.

A „versenyképesség” fogalmának megközelítését ENDRŐDYNÉ BATÓ ÉVA a „verseny” értelmezésével kezdi. A Magyar Nyelv Értelmező Szótára segítségével, a verseny fogalmának és értelmének feltáráásával arra a megállapításra jut, hogy a verseny „két vagy több szereplő egymással szembeni előnyszerzése körülhatárolt szabályok szerint”, a verseny további meghatározásai a „termelők gazdasági harca egymás ellen”, „olyan vetélkedés, küzdelem, amelyben a résztvevő egyének v. csoportok a többieket le akarják győzni” (ENDRŐDYNÉ BATÓ É. 2011). Kiegészítve gondolatmenetét a képesség fogalma „az eredményes tevékenység belső feltételeit, a mozgósítható belső erők összességét takarja”.

BARAKONYI Károly szintén a fenti forrásból indul ki, miszerint „a versenyképesség olyan kiváló képességek, lehetőségek megléte, amelyek alapján a győzelem, a siker reményében vehetünk részt” (BARAKONYI K. 2010).

A versenyképesség fogalmának szakirodalmával kapcsolatosan több összefoglaló munka is született már a korábbiakban. Ilyenek TÖRÖK Á. (1999), CZAKÓ E. (2000), LENGYEL I. (2003), BORSI B. (2005), CHIKÁN Á.–CZAKÓ E. (2009), NÉMETHNÉ GÁL A. (2009), SOMOGYI M. (2009), valamint SZERB L. (2010) értekezései.

A versenyképesség megközelítések különféle csoportosítása és feldolgozása figyelhető meg a szakirodalomban. Az eltérő szemléleti síkok mentén megfogalmazott értelmezések olyan eltéréseket okoznak, melyek a versenyképesség fogalmának egységesen elfogadható definiálhatóságára való törekvéseket megnehezítik. A versenyképesség dimenzióit a legátfogóbb módon SIGGEL foglalja össze a következőképpen (SIGGEL, E. 2007):

– *Makro-, ill. mikroszintű értelmezések:* e megközelítésekben elhatárolódnak egymástól azok a szintek, amelyekre az adott értelmezés megfeleltetődik. A makroszintű versenyképesség nemzetgazdasági vagy a regionális szinten

értelmeződik. Az ágazati szint SIGGEL szerint mezoszintnek tekinthető, de a mikroszintű megközelítéshez tartozónak tekinti ezeket az értelmezéseket. A vállalati szintű versenyképesség értelmezéseket a mikroszinthez sorolja.

– *Egy-, ill. többdimenziós megközelítések*: a versenyképesség mérésével összefüggésben álló megközelítési mód annak alapján sorolja egy-, ill. többváltozós csoportba a versenyképesség mérhetőségét, hogy alakulásának mérése során hány tényező figyelembe vételére kerül sor.

– *Statikus, ill. dinamikus megközelítések*: e dimenzióban a különböző versenyképesség-megközelítések az alapján csoportosíthatók, hogy egy adott időpillanatra értelmezik-e a versenyképességet, vagy egy időszak figyelembe vételével kísérelik meg a versenyképesség mérését.

– *Determinisztikus (ext post) és sztochasztikus (ex ante) jelleg*: e dimenzió mentén a megközelítéseket az különbözteti meg egymástól, hogy a versenyképességet a múltbeli teljesítmény alapján való meghatározottság, vagy a jövőre vonatkozó potenciál szemszögéből közelíti-e meg a szerző.

– *Pozitív vagy normatív jelleg*: a versenyképesség értelmezéseknél megjelennek olyan megközelítések, melyek a közgazdaságtan módszertani eltéréseiből fakadóan a tényfeltárással törekednek, míg egyes megközelítések előíró jelleggel bírnak, vagyis megoldáskeresésre, előírásra törekuszenek.

További dimenzióként értelmezhető a CZAKÓ Erzsébet értekezésében megjelenő *közgazdaságtan és gazdálkodástan* irányából történő megközelítéscsoportosítás, melyek alapfeltevései okozzák a szemléletbeli különbségeket. A két tudományterület rokonsága mellett ugyanakkor eltérő feladatai, módszere és jellemzői a versenyképesség fogalmának megközelítésében, meghatározásában, valamint mérésében is eltéréseket okoznak (CZAKÓ E. 2000).

Közgazdaságtani megközelítések alatt valamely közgazdasági irányzatra építő, míg gazdálkodástaninak a megfigyelhető gazdasági folyamatok és vállalati stratégiák jellemzőit általánosítva a definíció kidolgozására törekvő megközelítések értelmezhetőek (LENGYEL I. 2009). Az *ex post* jellegű modellértelmezések a versenyképességet mint a versenyben elért sikert értelmező, az *ex ante* jellegű értelmezések pedig a versenyképességre, mint a versenyben való helytállás képességére mint előfeltételre tekintő megközelítések tekinthetőek (SOMOGYI M. 2009). Az elhangzottak alapján az egyes definíciók és megközelítések az 1. táblázat alapján követhetők nyomon.

Az OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) a nemzetgazdaság versenyképességét a nemzetgazdaság által előállított termékek és szolgáltatások tisztességes versenyben, nemzetközi piacokon való értékesíthetőségét jelenti. A reáljövedelem termelésének fenntarthatóságaként/növeléseként értelmezi a versenyképesség fogalmát (CSATH M. 2010). Az OECD meghatározása szerint a versenyképesség egy ország azon előnyeinek vagy hátrányainak a mértéke, amely mellett képes értékesíteni áruit a nemzetközi piacokon. Az OECD titkársága a versenyképességet a belföldi és a külföldi feldolgozóiparban

1. táblázat. Versenyképesség definíciók, közellítmód, jelleg és szintek szerinti csoportosításban

Értelmezési szint	Közgazdaságtani megközelítés				Gazdálkodástani megközelítés			
	ex post jellegű	ex ante jellegű	mindkét jellegű	nem definiált	ex post jellegű	ex ante jellegű	mindkét jellegű	nem definiált
Nemzetgazdasági jellegű	Smith modellje	Trabold és Schüller	Horváth Gyula		WEF	Laura D'Tyson	Porter	
	Ricardo	USA EIVB**	Török Ádám			OECD	Chikán A. és VVK	
	Hechscher-Ohlin	Fleischer Tamás	Lengyel Imre			Aiginger és Landesmann		
	Kozma Ferenc	Szalavetz Andrea		-		IMD		
	UK CI*					EU		
	Botos József					ESHA	-	
	Szabó László							
	Oblath és Pénzes							
	Bató és Szentés							
	Kovács Árpád							
Ágazati szint	Botos József					OECD	Porter	
Regionális szint	Botos József	Fleischer Tamás	Horváth Gyula	Bató és Szentés		OECD	Porter	
			Lengyel Imre	Bató és Szentés		EU		
Vállalati szint	Krugman	Fleischer Tamás	Horváth Gyula	Élítő Andrea		IMD	Porter	OECD
	Kozma Ferenc		Török Ádám	Artner Annamária		Vörös Zsuzsanna	Chikán A. és VVK	
	Botos József		Lengyel Imre	Bató és Szentés			NCC	
Termékszint	Kozma Ferenc			Oblath és Pénzes				
	Botos József							
Egyéb	ECOSTAT			Bakács András				

\* UK Competitiveness Indicators, \*\* USA elnökségének ipari versenyképességgel foglalkozó bizottsága. Forrás: Somogyi M. 2009. alapján szerk. Antalík I.

előállított termékek fogyasztói árai és a termékegységre eső munkaerő-költség közös valutában kifejezett különbségeként határozza meg (OECD, 2011).

Michael Porter munkásságának eredménye az ún. „gyémántmodell”. Porter modelljében négy tényezőcsoport meghatározza, két további pedig befolyásolja, hogy mely iparágak lesznek egy adott országban sikeresek. A négy determinisztikus tényezőcsoport: 1. a termelési tényezők, 2. a kereslet, 3. a kapcsolódó és támogató szektorok jelenléte és hatása, 4. a vállalatok stratégiai, struktúrája és a köztük lévő verseny. A két befolyásoló tényező a kormányzat és a lehetőségek csoportja. A kormányzatnak annál nagyobb befolyása van a termelésre, minél fejletlenebb egy ország, a lehetőségek viszont véletlenszerűen jelentkező tényezőket takarnak. Porter egy ország gazdasági fejlődését az egyre kifinomultabb versenyelőnyt biztosító és magasabb termelékenységű szegmensek és iparágak felé való elmozdulásban látta. Az országokat ez alapján erőforrások, befektetések, innováció és a jólét, mint tényező vezérelte nemzetgazdaságokra osztotta. Munkássága a versenyképességet mérő Világgazdasági Fórum modelljének alapja lett (CHIKÁN A.–CZAKÓ E. 2009).

Paul Krugman a nemzetgazdasági versenyképességgel való foglalkozást feleslegesnek tartja, azt állítja, hogy a versenyképesség csak vállalatok esetében értelmezhető, valamint a versenyképességre a termelékenységgel rokon értelmű kifejezésként tekint. Krugman versenyképesség-megközelítése tehát vállalat-centrikus, mivel szerinte a versenyképesség fogalma csak vállalatokra értelmezhető. Ha ugyanis egy vállalat sikertelen, akkor kiszáll az üzletből és felszámolják, de egy ország sosem hagyhat fel a gazdasági tevékenységek folytatásával. Krugman szerint emiatt nem érdemes a versenyképességet országokra értelmezni és mérni sem azt (NÉMETHNÉ GÁL A. 2010).

A fentiek összegzéseként kísérlet tehető a versenyképesség fogalmának szintetizáló igényű meghatározására: *A versenyképesség véleményünk szerint azon belső feltételek és mozgósítható erők meglétéként azonosítható, amelyekkel eredményesen tevékenykedhetünk annak érdekében, hogy körülhatárolt szabályok szerint a versenyben előnyre tegyünk szert más gazdasági szereplőkkel szemben.*

A versenyképesség fogalma a vállalkozói környezet szempontjából azért tekinthető esetünkben fontosnak, mivel a vállalkozói környezet képezi azt a miliót, melyben egy vállalkozásnak a belső feltételei felhasználásával helyt kell állnia, ami kihat egy ország versenyképességére. A *vállalkozói környezet* fogalmával kapcsolatosan a szlovák szakirodalomban az alábbi definíció ismert: *„Tágabb értelmezésben a vállalkozói alanyok gazdasági tevékenységének előfeltételeit és gazdasági feltételeit tükrözi”* (ŠINDLREYOVÁ-BUTORACOVÁ, I.–MOROVSKÁ, I. 2009).

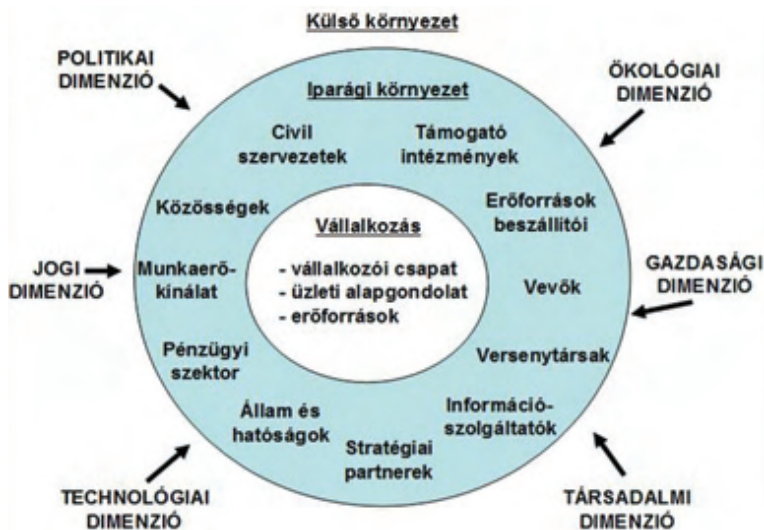
IMREH Szabolcs és szerzőtársai szerint *„A vállalat környezete nem más, mint azon tényezők, szervezetek, személyek dinamikusan változó összessége, melyekre a vállalat, a vállalat szereplői gazdasági tevékenységük során közvetve vagy közvetlenül hatással vannak, s amelyek közvetve vagy közvetlenül ugyancsak hatást gyakorolnak a vállalatra.”* (IMREH Sz. et al. 2008).

A vállalkozás környezetét ugyanakkor külső és belső környezetre oszthatjuk fel. A külső környezetet hat dimenzióba osztható tényezők alkotják (politikai, jogi, ökológiai, technológiai, gazdasági, társadalmi), továbbá ide sorolhatók az ágazattól függően jelentkező tényezők és érintettek. A belső környezetet a vállalat belső érintettei és feltételei alkotják (ANTALÍK I. 2012a) (1. ábra). Az egyes tényezők ugyanakkor területi szintek szerint is jelentkehetnek (globális, regionális, lokális szinteken) (ANTALÍK I. 2012b).

A fogalmak közt érezhető különbség van. A vállalkozói környezet egy általánosabban használt (makrojellegű) fogalom, míg a vállalkozás környezete már egy (mikrojellegű fogalomként) konkrét vállalkozás létét feltételezi. A vállalkozói környezetet ezen okfejtés alapján olyan tényezők csoportja alkotja, amelyek a vállalkozások működése esetében általánosan jelentkezők/vagy melyekre a vállalkozások kihatnak. E tényezők hatásaikban eltérhetnek az egyes konkrét vállalkozások esetében, az így alkotott térkép már egy konkrét vállalkozás környezeteként értelmezhető.

Következésképpen megállapítható, hogy a vállalkozói környezet nem más, mint a vállalkozói alanyok gazdasági tevékenységének szempontjából dinamikusan változó, általánosan jelentkező tényezőknek és az érintettek körének az összessége, amelyek hatást fejtenek ki a vállalkozások működésére, vagy amelyekre a vállalkozások működésükkel hatást fejtenek ki.

A vállalkozói környezet és a versenyképesség fogalmának definíciói összeérnek egymással. Amikor a vállalati versenyképességről beszélünk, akkor



1. ábra. A vállalkozás külső és belső környezete. Forrás: BÁLINT A.–HAMINGWAY F. (2004) és VECSENYI J. (2009) alapján szerk. ANTALÍK I.

arról a környezetről is beszélünk, amelyben a vállalkozásoknak működniük kell, azokról a tényezőkről is szó van, melyek általánosan érintik egy adott ország/régió/ágazat vállalkozásait. A versenyképességet nemzetgazdasági, regionális, ágazati szinten meghatározó tényezők és a vállalkozói környezet minőségét meghatározó tényezők közt átfedések vannak. Egy versenyképes nemzetgazdasághoz/régióhoz vagy egy versenyképes ágazathoz versenyképes vállalkozásokra van szükség. A versenyképes vállalkozások számára pedig „minél jobb feltételeket biztosító” vállalkozói környezetre van szükség.

### **A vállalkozói környezet minősége**

A vállalkozói környezet minőségének mérésére napjainkban több módszert is alkalmaznak. A leggyakoribb közülük a különböző mutatószámok képzése, majd értékük alakulásának figyelemmel követése. A vállalkozói környezet minőségének alakulását befolyásoló tényezőkkel gyakorta az ún. versenyképességi rangsorok összeállításánál találkozhatunk. A legismertebb versenyképességi rangsorok a WEF (World Economic Forum) által összeállított Globális Versenyképességi Rangsor, az IMD (Institute for Management Development) és a Világbank által készített Doing Business projekt. Egyes vállalkozói környezetet is befolyásoló tényezők külön is vizsgálat tárgyát képezik, ilyen pl. a korrupció mértéke, amelynek felmérését a Transparency International végzi. E rangsorokból több vállalati versenykörnyezetet befolyásoló tényező is kiszűrhető.

A WEF által készített Globális Versenyképességi Index 12 olyan alaptényezőt mér, amelyek közvetlenül vagy közvetve meghatározzák a vállalkozói környezet minőségét (2. táblázat).

A 12 alapmutató mellett vállalatvezetők megkérdezésén alapuló vizsgálatok is készülnek, amelyek a vállalkozói tevékenység legproblémásabb területeit igyekeznek felmérni. (Az előre meghatározott 16 tényező közül kell az 5 legproblémásabbat kiválasztania a megkérdezettnek.)

A vállalkozások működését befolyásoló tényezők közé a következők lettek besorolva: nem megfelelően képzett munkaerő; versenykorlátozó munkaügyi szabályozás; túlbürokratizált kormányzati bürokrácia; elégtelen infrastrukturális feltételek; korrupció; politikai instabilitás; kormányzati instabilitás; puccsok, jogtalan hozzáférési lehetőség a finanszírozási forrásokhoz; lopás és más bűnözési formák; rossz munkamorál; elégtelen innovációs képesség; a deviza-felhasználás túl szigorú vállalati korlátozása; magas adókulcsok; szigorú adózási szabályok; infláció, valamint rossz közegészségügyi helyzet.

A Világbank Doing Business projektje a vállalkozások működésének feltételeit vizsgálja országonként. Olyan tényezőket vesz figyelembe a rangsor, melyek a vállalkozások működéséhez közvetlenül kapcsolódnak és a szabályozói környezetet érintik. Ilyen tényezők az alábbiak:

2. táblázat. A WEF-rangsor pillérei és mutatószám-csoportjai

Pillér	Típus	Mutatószám csoport		
		Tulajdon védelme	Korrupció	Jogegyenlőség és jogvérvényesítés
Intézmények	Alapvető feltételek	Kormányzat hatékonysága	Biztonság	Felelősségre vonható magánszervezetek
Infrastruktúra		Közlekedési infrastruktúra	Hálózati infrastruktúra	-
Makrogazdasági környezet	Hatékonyság	Makrogazdasági mutatók alakulása	-	-
Egészségügy és alapfokú oktatás		Egészségügy (betegségek)	Alapfokú oktatás	-
Felsőfokú oktatás és képzés		Mennyiségi mutatók	Minőségi mutatók	Szakmai gyakorlat
Árpiaci hatékonyság		Belföldi verseny	Külföldi verseny	Keresleti feltételek
Munkaerő-piaci hatékonyság		Rugalmasság	HR hasznosítás	-
A pénzügyi piac fejlettsége		Hatékonyság	Megbízhatóság	-
Technológiai felkészültség		Technológiai szint	Internet használat	-
Piacméret		Belföldi piac mérete	Külföldi piac mérete	-
Üzleti kifinomultság		Kifinomultság és innováció	Alkalmazott módszerek	-
Innováció			Kutatás és fejlesztés	-

Forrás: WEFGlobal Competitiveness Report

- vállalkozás indításának folyamata (műveletszám, idő, költség, minimális tőkenagyság),
- építési engedélyek kiadása (műveletszám, idő, költség),
- elektromos hálózathoz való hozzáférés (műveletszám, idő, költség),
- ingatlanulajdon regisztrálása (műveletszám, idő, költség),
- hitelhez jutás,
- befektetők védelme (közzététel mértékének indexe, a menedzsment felelősségre vonhatósága),
- adófizetés (fizetések száma, idő, teljes adó a profit %-ában),
- export-import (dokumentumok száma, idő, költség),
- jogérvényesíthetőség (folyamat, nap, költségek a követelések %-ában),
- fizetésképtelenség/csődhelyzet oldása (idő, költség, megtérülés).

Az IMD (Institute for Management Development) definíciója versenyképészen azon állami politikák összessége határozza meg, amelyek befolyásolják és formálják a gazdasági és társadalmi fejlődést és ezen keresztül a lakosság életszínvonalát. Ebből kifolyólag olyan tényezőkatörégiák kerülnek vizsgálat alá a rangsorban, mint a gazdasági hatékonyság, kormányzati hatékonyság, üzleti hatékonyság, infrastruktúra (IMD, 2013).

A regionális versenyképéségi rangsorok közül érdemes megemlíteni az EU Regionális Versenyképéségi Indexét, amely nem nemzetgazdasági szinten, hanem NUTS2-es régiók szintjén méri a versenyképéséget. Itt egyértelműen kimutatásra kerül, hogy például az EU-ban a nemzetgazdasági szintű versenyképéség nem egyezik meg az egyes régiókra vonatkozatható versenyképéséggel, ez fokozottan értelmezhető Közép Európára (DIJKSTRA, L. *et al.* 2011).

Szlovákiában járási szintű versenyképéségi felmérés is készült 2010-ben, amely 4 alindexre épülve (gazdasági aktivitás, közigazgatás és legislatíva, technológia és infrastruktúra, oktatás és emberi erőforrás), alapmutatóban (pillérbe) tömörítve vizsgálta a regionális eltéréseket. A \*-gal jelölt mutatók szubjektív jellegűek, kérdőíves kutatáson alapulnak, míg a többi mutató objektíven mért adat (HAJKO, J. *et al.* 2010):

1. Gazdasági környezet (népsűrűség, városiasodás, járás elhelyezkedésének hatása a vállalkozásra\*, természeti feltételek hatása a vállalkozásra\*, mezőgazdasági terület nagysága, jelenlegi feltételek a vállalkozásra\*, vállalkozás feltételeinek változása az utóbbi években\*, vállalkozást gátló tényezők csökkenése az utóbbi években\*, minimálbér alakulásának hatása\*, szürkegazdaság hatása a vállalkozásra\*, verseny mértéke a szolgáltatói és ipari szektorban\*, kereskedelmi partnerek megbízhatósága\*, finanszírozási források elérhetősége\*, anyagok és szolgáltatások elérhetősége\*, járás fejlődési potenciálja\*, turizmus fejlődési potenciálja\*, gazdaságilag aktív lakosság, szociális segélyek merítése, külföldi cégek jelenléte, nemzetközi cégek jelenléte).

2. Gazdasági kimenetek.

3. Törvényi szabályozás (vállalkozások fejlődését gátló szabályozás\*, helyi adók mértékének megítélése\*, vállalkozói kilátások\*, különféle helyi adók mértéke, helyi díjak).

4. Közigazgatás (hivatali ügyintézés\*, bürokrácia\*, kommunikáció a hivatalokkal, információk elérhetősége\*, elektronikus ügyintézés\*, jogérvényesítés a bíróságon\*, hivatali korrupció\*, magántulajdon védelme\*, állami érdeklődés a eljárás iránt\*, hivatalok hatása a vállalkozásra\*, önkormányzatok gazdálkodása\*, szakszervezetek hatása a vállalkozásra\*).

5. Infrastruktúra (bank, posta, egészségügyi létesítmények, úthálózat, úthálózat sűrűsége és kapacitás-kihasználtsága).

6. Technológia (FDI beáramlás, technológiai színvonal\*, új technológiák alkalmazásának képessége\*, termékekről és szolgáltatásokról való informáltság\*, internetes szolgáltatások használata\*, személy-, teher- és egyéb speciális járművek kihasználtsága).

7. Emberi erőforrások (élethossz, természetes szaporodás, öregedési index, munkanélküliség, munkanélküliséghez való hozzáállás\*, tartós munkanélküliek, munkanélküliek korszerkezete, szabad munkaerő elérhetősége\*, munkaerőpiac dinamikája, szolgáltatások szektorában és iparban lévő pozíciók, szakképzettség nélküli pozíciók, képzett munkaerő migrációja, vándorlási szaldó, havi átlagbér, fizetési elvárások\*, munkafegyelem\*, táppénz időtartama, produktívabb munkára motiválás\*, igazságos toborzás\*).

8. Oktatás (képzettségi szint\*, idegennyelv-ismeret\*, érettségizettek aránya, középiskolás hallgatók száma, MONITOR9 sikeresség, alapiskolás tanulók száma, szakiskolák és munkaerőpiac közti kapcsolat\*, álláskeresők végzettségi szintje\*, magasan kvalifikált munkaerő elérhetősége, alacsonyan kvalifikált munkaerő elérhetősége).

Szlovákiában 2010-ben egy, a városok szintjére lebontott vállalkozói környezet szempontjából elkészített versenyképességi rangsor is készült. Itt további, a helyi vállalkozói környezetet alakító tényezőket találunk négy csoportba osztva (NADSME, 2010):

1. Az infrastruktúra és a környezet minősége,
2. A szolgáltatások színvonala,
3. Munkaerőpiac,
4. Az önkormányzat tevékenységének színvonala.

A városok vállalkozói környezetében 116 mutatószám került megvizsgálásra a négy felsorolt témakörben.

## **A vállalkozói környezet indexének alakulása Szlovákiában**

A vállalkozói környezet indexe a Szlovákiai Vállalkozók Szövetsége (PAS – Podnikateľská Aliancia Slovenska) által 2001-től számított indexérték, ame-

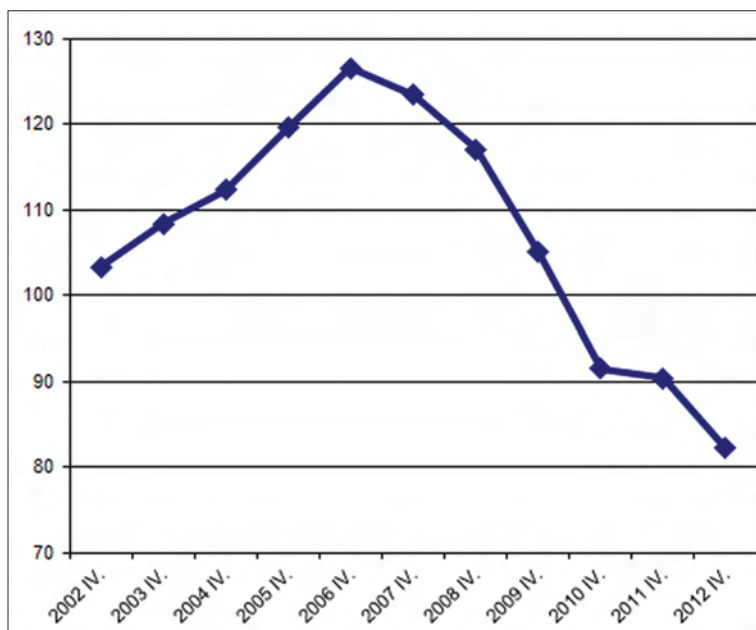
lyet negyedévente aktualizálnak, 33 paramétert vizsgál. 500 vállalkozást kérdezésnek meg rendszeresen az index értékének kiszámítása során (2. ábra). A paraméterek 3 nagyobb csoportba oszlanak, három részindex kerül kiszámításra, melyek eltérő súllyal számítanak be a főindexbe:

- Törvényi háttér és szabályozási környezet – adók, munkajogi kérdések, törvényi háttér változása, jogérvényesítés.

- Egyéb külső tényezők – infláció, árfolyammozgások, gazdasági stabilitás, bürokrácia, korrupció, infrastruktúra, fizetési fegyelem, bünszervezetek tevékenysége, munkaerő elérhetősége.

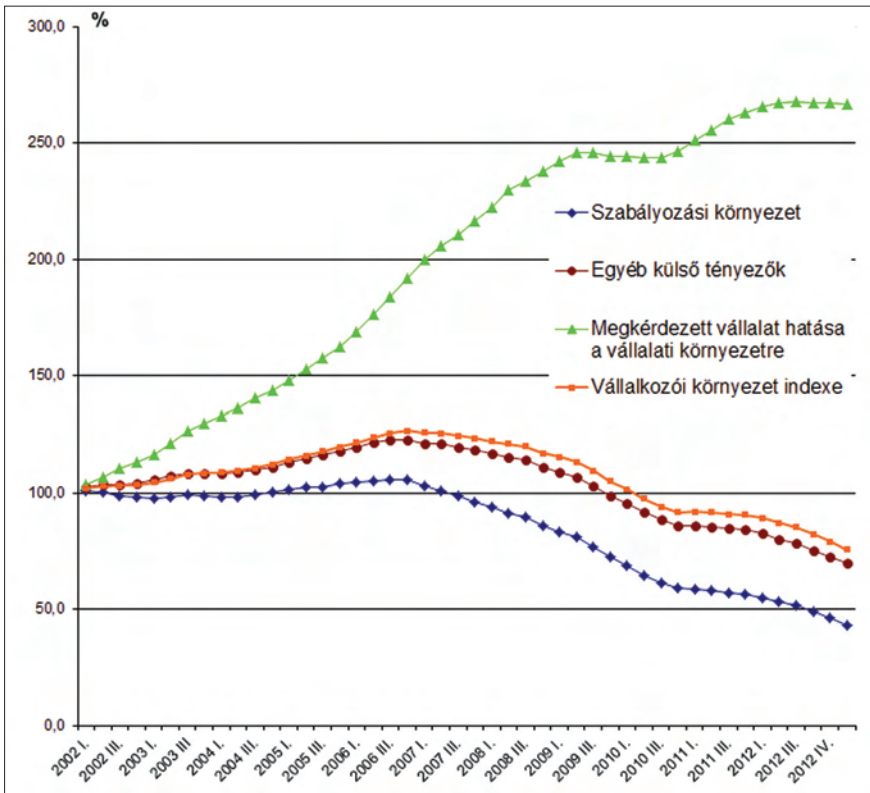
- Vállalkozások hatása a vállalkozói környezetre – termelékenység, foglalkoztatás, nyereségesség, társadalmi felelősség, HR, fejlesztések, likviditás, környezeti hatás,

A vállalkozói környezet indexe inkább makro jellegű és erősen szubjektívnek tekinthető, továbbá megkérdezésen alapul és az objektíven mérhető adatok nem jelennek meg benne. Ennek ellenére egy értékes képet ad a vállalkozások által érzékelt külső és belső környezeti változások vállalkozói környezetre gyakorolt hatásáról. Az egyes részindexek alakulása ugyanakkor szemléletesen mutatja, mely tényezők javulnak, ill. romlanak a vállalkozások véleménye alapján (3. ábra).



2. ábra. A vállalkozói környezet indexének alakulása Szlovákiában 2001–2012 között.

Forrás: Szlovák Vállalkozók Szövetsége



3. ábra. A vállalkozói környezet indexének és részindexének alakulása Szlovákiában 2001–2012 között. Forrás: Szlovák Vállalkozók Szövetsége

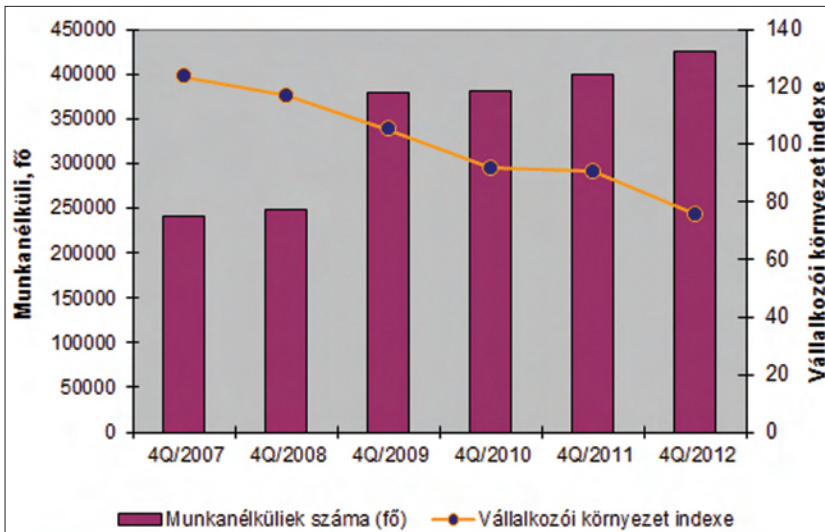
A 3. ábráról leolvasható, hogy a vállalkozói környezetet leginkább maguk a vállalkozások javították saját befolyásukkal, melyet annak minőségére gyakoroltak. A szabályozási környezet és az egyéb, jellemzően makro tényezők alakulása a vállalkozások szerint inkább negatív irányban befolyásolták a működésüket alakító tényezőket. A vállalkozói környezet minőségének romlása felgyorsult az utóbbi két évben. Megfigyelhető, hogy az index 2001-től kezdődően egyre alacsonyabb értékeket vesz fel. 2012 IV. negyedévében az index értéke 75,6 volt, ami lényegesen elmarad a 2001-ben mért 100-as kiinduló értéktől.

Részletesebben vizsgálva az egyes részindexek összetételét, megfigyelhető, mely tényezők mutatnak javuló tendenciát, és melyek azok, amelyek csökkenésükkel leginkább rontották a vállalkozói környezet minőségét a vállalkozások megítélése alapján az utolsó évben. A szabályozói környezetet tekintve az index kiemelkedően nagymértékű romlást a munkajogi szabályozások, az

adók (illetékek, díjak, befektetések) szabályainak, a járulékok szabályozásának tekintetében, továbbá a szabályok átláthatóságának és stabilitásának, valamint a törvény előtti egyenlőség és a jogérvényesítés kategóriájában lehetett tapasztalni. Az *egyéb* vállalkozói környezetet befolyásoló főbb tényezők közül az állami gazdálkodás hatékonyságának romlását továbbá a támogatásokhoz való hozzáférés romlott a vállalkozások szerint.

A vállalkozói környezet romlásának hatása már olyan, a vállalat vállalkozói környezetre kifejtett hatásához sorolható tényezők esetében is megmutatkozik, amelyek korábban csak a válság közvetlen kitörése után voltak jellemzőek. Ilyen tényezők például a jövőkép elérése, a termelékenység csökkenése, a fejlesztések megvalósítása, a foglalkoztatás, a bérezés, a szociális programok szervezése az alkalmazottak részére és a jótékonyosság. A vállalkozások az utóbbi évben e tényezők esetében szintén romlást jelentettek (4. ábra).

Az elmúlt évben a vállalkozói környezet alakulására egyértelműen a legnegatívabb hatást a Munka Törvénykönyvének megváltoztatása, a munka után fizetendő járulékok rendszerének átalakítása és az egykulcsos adórendszer eltörlése jelentette. Az adók és a járulékok mértékének megváltoztatása a vállalkozásokat a folyamataik hatékonyságának javítására kényszerítik, hogy megtarthassák jövedelmezőségüket, esetlegesen csökkenthessék jövedelmezőségük csökkentésének mértékét. Ez mutatkozik meg több területen is. Ilyen területek például a fejlesztések visszafogása, vagy a foglalkoztatás csökkentése.



4. ábra. A vállalkozói környezet indexe és a munkanélküliség alakulása 2007–2012 között.

Forrás: ÚPSVaR és Szlovák Vállalkozók Szövetsége

Amennyiben megnézzük az ország versenyképességének alakulását, akkor ugyanezt tapasztaljuk, visszaesést több eltérő rangsorban is. A Világgazdasági Fórum (WEF) által összeállított rangsorban az utolsó öt év alatt Szlovákia a 41. helyről a 71. helyre esett vissza, amely egy nagymértékű visszaesésnek, leszakadásnak minősíthető a versenyképesség szempontjából, ehhez nagymértékben hozzájárult a vállalkozói környezet minőségének a romlása. Az IMD versenyképességi rangsorában és a Világbank Doing Business rangsorában Szlovákia szintén nagymértékű visszaesést könyvelhetett el az utóbbi öt évben. A versenykörnyezetet romboló egyik legjelentősebb tényező, a korrupció, a Transparency International listája alapján Szlovákia e tényező tekintetében szintén folyamatosan rosszabbodó állapotokról tesz tanúbizonyságot.

### **Következtetések és javaslatok**

Szlovákia versenyképessége a versenyképességi rangsorok alapján egyre inkább romlik. Ezek eltérő szempontok és szemléletek alapján elkészített rangsorok, így nem értelmezhető véletlenként az egy-egy rangsoron belüli történő visszaesés. A versenyképesség javításához elengedhetetlen a vállalkozói környezet folyamatos javítása, szemben a jelenlegi minőség romlással, amint az utóbbi években kimutatható volt. A vállalkozói környezet javítását mihamarabb meg kell kezdeni!

A munkanélküliség gyors mértékű növekedése, a kedvezőtlen demográfiai hatások, a regionális különbségek állandósulása, ill. növekedése, az egyes társadalmi rétegek közötti távolság növekedése negatív társadalmi jelenségekben csapódhat le. Kialakulóban van a munkanélkülieknek egy tartósan munkanélkülinek tekinthető bázisa és olyan fiatalok széles tömegei, akiknek tanulmányaik lezárása után nincsen lehetőségük munkába állni. Ezek a rétegek „leszokhatnak” a munkavégzésről vagy akár „rá sem szoknak” arra.

A negatív folyamat erősödésének megakadályozása érdekében a kormányzatnak mihamarabb lépéseket kell tennie a vállalkozói környezet javításának irányába. Ez elsősorban a szabályozói környezet, az adó- és a járulérendszer reformján keresztül, a vállalkozói terhek csökkenésén kell, hogy megmutatkozzon, méghozzá az állam működésének hatékonyabbá tételével párhuzamosan. Olyan rendszer és szabályok kellene, melyek átláthatóak és hosszú időn keresztül stabilak tudnak maradni, valamint mindenkire egyaránt vonatkoznak. Kiszámíthatóságra van szükség ahhoz, hogy tervezni tudjanak a vállalkozások, hogy beruházásba merjen fogni egy-egy vállalat. Az állami pénzek felhasználása is racionálisabbá kell, hogy váljon.

A meglévő források nagysága nem kevés, elosztásuk igazságossága viszont sok esetben megkérdőjelezhető. Az állam szerepe egyre fontosabbá vált Szlovákiában, versenyt befolyásoló tényezőként funkcionál, ami nagyon

nagy felelősséggel ruházza fel. Olyan támogatások, források, megrendelések felett rendelkezik az állam, amely esetleges elnyerése/el nem nyerése vállalati versenyképességet befolyásoló tényezőnek számít.

## Összefoglalás

A versenyképesség fogalma nehezen definiálható, eltérő szinteken és eltérő megközelítésmódok mentén értelmezhető. A versenyképesség fogalmával szorosan összekapcsolódik a vállalkozói környezet fogalma. Akár nemzetgazdasági, akár regionális, akár ágazati, de akár vállalati szinten gondolkodunk a vállalkozói környezet az adott szinten elhelyezkedő szubjektum versenyképességét meghatározza.

A vállalkozói környezet minőségét meghatározó tényezők köre széles, egy-egy szubjektum szempontjából más-más jelentőséggel bíró hatásokkal felruházva, más-más jelentőséggel felvértezve tekinthetünk ezekre a tényezőkre. Kíváncsú ugyanakkor egy olyan (szlovák) vállalkozói környezet minőségét mérő modell kidolgozása, amely nem kizárólag szubjektív, hanem objektíven mérhető információkat is figyelembe vesz, ötvözve egymásban az egyes szinteken megjelenő befolyásoló hatással lévő tényezőket, oly módon, hogy akár egy-egy vállalkozás nyomon tudja követni saját versenyképessége szempontjából a vállalkozói környezet minőségének alakulását.

Ez a gondolatmenet a jelenleg működő és használható módszerek szintetizálását igényli oly módon, hogy a módszer könnyen alkalmazható legyen és eredményei szintén könnyen interpretálhatóak legyenek. Egy ilyen modellnek rugalmasnak is kell lennie, teret kell nyújtania a változások kezelésére, a modellt alkotó és befolyásoló tényezők súlyának esetleges megváltozására, jelentőségének megszűnésére és biztosítani újabb tényezők beépülésének lehetőségére is.

## IRODALOM

- ANTALÍK I. 2012a. Kis- és középvállalkozások menedzsmentjének alapjai. – Selye János Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Komárno.
- ANTALÍK I. 2012b. Élhetőbb országot! – Szlovákiai Magyarok Kerekasztala, V. Országos Konferencia, előadás, Komárno. (online) <http://www.televizio.sk/2012/10/kerekasztal-antalik-imre/>
- BÁLINT A.–HAMINGWAY F. 2004. Vállalkozástan a gyakorlatban. – AULA Kiadó, Budapest.
- BARAKONYI K. 2010. A felsőoktatás versenyképességéről. – *Vezetéstudomány* 41. 12. 5–8.
- BORSI B. 2005. A vállalkozási környezet és a hazai versenyképesség. – *Európai Tükör* 11. 61–78.
- CHIKÁN A.–CZAKÓ E. 2009. Versenyben a világgal – vállalatunk versenyképessége az új évezred küszöbén – Akadémiai Kiadó, Budapest, 44–49.

- CZAKÓ E. 2000. Versenyképesség iparágak szintjén – a globalizáció tükrében. – PhD értekezés. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Budapest. (online) [http://phd.lib.uni-corvinus.hu/162/1/czako\\_erzsebet\\_hun.pdf](http://phd.lib.uni-corvinus.hu/162/1/czako_erzsebet_hun.pdf)
- CSATH M. 2010. Versenyképesség menedzsment. – Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 15–16.
- DIJKSTRA, L.–ANNONI, P.–KOZOVSKA, K. 2011. A New Regional Competitiveness Index: Theory, Methods and Findings. – EU Regional Policy, 02.2011. (online) [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/work/2011\\_02\\_competitiveness.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/work/2011_02_competitiveness.pdf)
- ENDRŐDYNÉ BATÓ É. 2011. A versenyképesség elméletei és adaptálásuk a felsőoktatás versenyképességének értelmezésére. – Gazdasági élet és társadalom, I–II. 419–429.
- HAJKO, J.–KLÁTIK, P.–TUNEGA, M. 2010. Konkurencieschopné regióny 21. – Podnikateľská Aliancia Slovenska, Bratislava.
- IMD: *The academic definition used in World Competitiveness Yearbook*. (online) <http://www.imd.org/research/publications/wcy/upload/FAQs.pdf>
- IMREH SZ.–KÜRTÖSI ZS.–MAJÓ Z.–VILMÁNYI M. 2008. Menedzsment I. – Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged.
- LENGYEL I. 2003. Verseny és területi fejlődés. – JATEPress, Szeged, 280 p.
- NADSME 2010. Správa o kvalite podnikateľského prostredia v regiónoch Slovenskej republiky. – Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania, Bratislava.
- NÉMETHNÉ GÁL A. 2010. A kis- és középvállalatok versenyképessége – egy lehetséges elemzési keretrendszer. – Közgazdasági Szemle 57. 2. 181–193.
- OECD Glossary of statistical terms. (online) <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=399>
- PAS – Podnikateľská Aliancia Slovenska 2012. Index podnikateľského prostredia. (online) [http://www.alianciapas.sk/menu\\_pravidelne\\_indexpp.htm](http://www.alianciapas.sk/menu_pravidelne_indexpp.htm)
- SIGGEL, E. 2007. International Competitiveness and Comparative Advantage: A Survey and a Proposal for Measurement. – The many Dimensions of Competitiveness, CESifo, Venice Summer Institute.
- ŠINDLEROVÁ BUTORACOVÁ, I.–MOROVSKÁ, I. 2009. Podnikateľské prostredie v Slovenskej republike z pohľadu inováčných príležitostí a bariér regionálneho rozvoja. – In: KOTULIČ, R. ed.: Zborník vedeckých prác katedry ekonomie a ekonomiky. (online): [http://www.pulib.sk/elpub2/FM/Kotulic10/pdf\\_doc/5.pdf](http://www.pulib.sk/elpub2/FM/Kotulic10/pdf_doc/5.pdf)
- SOMOGYI M. 2009. A vállalati versenyképesség modellje. – PhD értekezés, Miskolci Egyetem, Miskolc. (online) [http://www.szervez.uni-miskolc.hu/staff/somogyimarta/publ/ertekezes\\_somogyimarta.pdf](http://www.szervez.uni-miskolc.hu/staff/somogyimarta/publ/ertekezes_somogyimarta.pdf)
- SZERB L. 2010. A magyar mikro-, kis- és középvállalatok versenyképességének mérése és vizsgálata. – Vezetéstudomány 41. 12. 20–25.
- TÖRÖK Á. 1999. Verseny a versenyképességért? – Miniszterelnöki Hivatal, Integrációs Stratégia Munkacsoport Kiadványa, Budapest.
- VECSÉNYI J. 2009. Kisvállalkozások indítása és működtetése. – Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., Budapest.

## **A kereskedés formái és központjai Magyarországon a dualizmus korában**

BELUSZKY PÁL<sup>1</sup>

### **Different forms and centres of trading in Hungary during the dualistic era**

The paper gives a sophisticated survey about the history of different types and forms of trade in Hungary in context with the regional and local centres of commercial activities. Initially, the author gives an outlook about the Hungarian commerce of the middle ages, then makes a completed analyses about the old and new forms of trade of early capitalism existing parallel in the periods of Austro-Hungarian Monarchy ('era of dualism'). The author also demonstrates the hegemony of Budapest in the commercial activity inside Hungary over regional centres and county seats. This hegemony stimulated the majority of foreign and home firms and entrepreneurs to make or start a commercial activity in the prosperous capital of Hungary which led to a permanent shaping of regional structure of commercial activities. The differences between the administrative hierarchy of Hungarian towns and their rankings in commercial importance has been also emphasized and proven by statistical evidences collected in more tables.

**Keywords:** commercial centres, trade, settlement hierarchy, dualistic era, Hungary

### **Középkori kereskedelmünk sajátosságai**

A társadalmi és földrajzi munkamegosztás kialakulása szükségszerűen együtt járt a csere (a kereskedés) megjelenésével, később intézményesülésével. Az árutermelés arányainak növekedése élénkítette a cserét, a kereskedés azonban hosszú ideig csak kis hányadában vált a termeléstől elkülönült tevékenységgé (gazdasági ággá), mivel az árucsere döntő többségét maguk a termelők, a mezőgazdaságban árufelesleget előállító földművesek, a kézművesek stb. bonyolították le, hazánkban hozzávetőleg a 19. sz. derekáig. A kereskedők aránya a keresőkön belül még a polgári korszak kezdetén sem haladta meg az 1%-ot.

---

<sup>1</sup> Kutató professzor emeritus, MTA KRTK Regionális Kutatások Intézete, Budapest.

A középkor századaiban jóformán csak a távolsági (kül)kereskedelem vált önálló tevékenységgé s az importált áruk szétosztása (luxusárúk, fűszerek, értékes textilfélék – posztó, selyemszövet – finomabb fémárúk). Az államalapítás utáni évszázadokban alig néhány településünk esetében van tudomásunk kereskedőkről (Esztergom, Székesfehérvár, majd Buda s néhány határszéli szabad királyi város). Az árucserre legfontosabb színterei a *vásárok*, *hetipiacok* s vándorkereskedők is járták az országot. A kereskedelem ma megszokott formái – a bolti kereskedelem – csak néhány nagyvárosban jelentek meg, s elsősorban a már említett importárúk terítését végezték. Annak ellenére, hogy a kereskedők száma és aránya igen csekély volt, az árucserre alig túlbecsülhető szerepet játszott a városfejlődésben. A piac-, ill. *vásártartási jog* a szabad királyi és a mezővárosi jogállás nélkülözhetetlen kelléke volt, az *árumegállító jog* felvirágoztathatta birtokosát, a piacok, vásárok forgalma hathatósan támogatta a városodást (pl. a kézművesek odacsábítása révén), a *vásárok jövedelme* a vásárgjog birtokosának komoly bevételt jelentett. A 16–18. sz. legfőbb kereskedelmi cikke, az élőállat forgalma szintén jórészt a „hivatásos” kereskedők mellőzésével bonyolódott, maguk az állattartók foglalkoztak az állatkereskedelemmel.

A 17. sz. végén új „kereskedőelemek” jelentek meg a magyarországi árucserre szereplői között: a „görögök” E balkáni származású, ortodox hitű török alattvalók elsősorban az Oszmán Birodalom áruit hozták Magyarországra, s többnyire bolti kereskedelmet is folytattak, immár a kisebb városokban is (Tokaj, Eger, Miskolc stb.).

Az *örmények* az Erdélyi Fejedelemségben telepedtek meg s az országrész nagykereskedelmében jutottak vezető szerephez, de megjelentek a „Királyhágón innen” is, s a 17. sz. végén, a 18. sz.-ban az alföldi marhakereskedelemben is bekapcsolódtak, komoly konkurenciát támasztva a mezővárosi tőzséreknek, kereskedő polgároknak. Erzsébetváros, Gyergyószentmiklós, Szamosújvár az *örmények* tevékenysége nyomán vált gazdag kereskedőhellyé.

A 18. sz. folyamán a görög kereskedők jó része repatriált, „megüresedett” helyüket a növekvő számú *zsidó kereskedők* foglalták el. Ők a 18. sz. második, és a 19. sz. első felében a nagybirtokok uradalmainak áruértékesítését végezték, házaló kereskedelmet folytattak, a mezőgazdálkodás melléktermékeit gyűjtötték (nyersbort, tollat, csontot, pálinkát, mézet, hamuzsirt stb.), majd a 19. sz. elején már egyre több állandó boltot alapítottak, ill. a felélénkülő terménykereskedelemben is bekapcsolódtak.

Miközben a 18–19. sz. fordulóján az árucserre továbbra is hagyományos keretek – a termelők kereskedelmi tevékenysége a piacokon, heti- és országos vásárokon, vagy a közvetlen csere révén – között zajlott, az élénkülő gabona-konjunktúra hatására gyorsan növekedett a *terménykereskedelem* szerepe. A céhes kereteken kívülálló terménykereskedők, a modern, vállalkozó típusú polgárság markáns képviselőiként egyre nagyobb vagyona tettek szert s egyre nagyobb szerepet játszottak a magyarországi gazdasági életben, a polgári

jellegű tőkeképződés elsősorban az ő tevékenységük nyomán élénkült meg. Az agráraruk nagybani kereskedelme, ill. az azt szolgáló tevékenységek (raktározás, esetenként a termények feldolgozása, a korabeli viszonyok között igen munkaiigényes szállítás stb.) számos város gazdagodásához, a városhálózatban játszott szerepük növekedéséhez járult hozzá (Mosontól Győrön, Komáromon, Vácán, Pesten, Baján, Apatinon, Törökbecsén stb. át Temesvárig). A gazdaságtörténeteszek szerint hazánkban – mint ahogy Közép- és Kelet-Európa legtöbb államában – a kapitalizmus „szálláscsinálója” a modern kereskedelem, elsősorban a nagy- és külkereskedelem volt (Lásd: 1. jegyzet).

### **Egymás mellett létező régi és új kereskedelmi formák a polgárosodó Magyarországon**

A *polgári korszak* beköszönte, ill. a 19. sz. második felének társadalmi, gazdasági változásai és a műszaki fejlődés (közlekedés!) új feltételeket teremtett az árucserére, a kereskedelem számára:

– A polgári berendezkedés, törvényi szabályozás megszüntette az árucserét s kiváltképp az elkülönült kereskedelem egy sor feudális akadályát, a céhes korlátozásokat, megszüntette a városok és más hatóságok árszabályozó hatáskörét, a kereskedés rendi monopóliumait, eltörölte a belső vámokat stb.

– A polgári törvényalkotás fokozatosan bevezette az „iparszabadságot”; ez a kereskedelmi cégek, vállalatok alapításának szabadságát is jelentette. A kiegyezés után megszülettek a pénzforgalmat, a hitelviszonyokat, a kereskedést szabályozó törvények, amelyek garantálták a kereskedelemhez nélkülözhetetlen pénzpiac szabályozott működését, a kereskedés biztonságát. Az egységes pénz- és mértékrendszer bevezetése, szabványok kidolgozása és alkalmazása, az állami mértékhitelítés stb. szintén elősegítette a kereskedelem fejlődését.

– A törvényi-jogi szabályozás kedvezővé válása mellett a „reálszféra” kínálta feltételek is gyökeresen, s a kereskedelem számára pozitív módon változtak meg. Az árucserére számára nélkülözhetetlen az áruk (és a vásárlók!) „mozgatásának” lehetősége. A 19. sz. derekáig ez a feltétel csak igen korlátozottan s drágán állt a kereskedelem rendelkezésére. Az árukat az ország nagy részén csak tengelyen lehetett szállítani a kiépítetlen, többnyire szilárd burkolattal nem rendelkező, így az év egyes szakaszaiban gyakorlatilag járhatatlan utakon; nagyobb tömegű áruk szállítására csak a vízi úton volt lehetőség, az 1830-as évekig lóvontatású dereglyéken, hajókon. Az áruk szállítási ideje ma már elképzelhetetlenül hosszú ideig tartott (pl. a Tiszántúl gabonájának, gyapjájának exportra történő szállítása a Tiszáig tengelyen, majd a Tiszán, Dunán, Száván, Kulpán Károlyvárosig ló vontatta hajókon, innen a Karszthegység nehezen járható útjain ismét szekéren – sőt ló- vagy számárháton!

– Fiuméig egy évig is eltarthatott; a Tisza, Maros, Béga menti települések összegyűjtött terményei Ausztriáig akár három hónapig is úton lehettek, drága volt (a Fiuméhez közeli itáliai kikötőkben a mindvégig vízi úton szállított „odesszai búza” olcsóbb volt a magyarországinál), egyes országrészeket ki is zárt a nagyobb volumenű árutermelésből a közlekedés megoldatlansága s a helyi, legfeljebb a regionális piacokra utalt. A 19. sz. végére kiépült vasúti fővonalak, majd a vicinális vonalak sűrű hálózata, a javuló minőségű országutak s a gőzhajózás ezt az akadályt elhárította a kereskedelem útjából. A szállítás gyorsabbá, biztonságosabbá, olcsóbbá vált, s az ország egészét egységes piacba szervezte.

– Kiépült a kereskedelem szolgáltatási háttere, mindenekelőtt a hitelintézetek és a biztosítótársaságok, 1864-ben megnyílt a pesti áru- és értéktőzsde.

– A gazdaság és a társadalom állapota, ill. a dualizmus korában bekövetkezett változások szintén ösztönözték az árucseré élénkülését. A 19. sz. végéig Európában agrárkonjunktúra volt, többszörösére nőtt az agrárkivitel, emelkedtek a mezőgazdasági termékek árai; mindez nemcsak a terménykereskedelmet támogatta, hanem a mezőgazdaságból élő lakosság vásárlóerejét is növelte. A mezőgazdasági keresők arányának csökkenése, az urbanizáció előrehaladása ugyancsak a mezőgazdasági termékek piacát bővítette. Az önelátás fokozatos visszaszorulása, a háziipar eltűnése, a piacra termelő és áruikat maguk forgalmazó kézművesipar szerepének csökkenése, a gyári áruk gyors térhódítása ugyancsak az árucserét ösztönözte.

Mindez a kereskedelmi forgalom gyors növekedését eredményezte, igaz, ennek pontos mértékét a belkereskedelemre vonatkozó adatok majd teljes hiánya miatt nehéz meghatározni. Ismeretes viszont a kereskedelemről élő keresők számának és arányuknak változása 1857 és 1910 között (1. táblázat). Fél évszázad alatt, 1857 és 1910 között a kereskedelemről élők száma közel 4,5-szeresére nőtt, arányuk is közel megnégyszereződött, de még így is csak 3,6% volt.

A polgári korszak kezdetén a tradicionális és a „modern” kereskedelmi formák egymás mellett éltek, úgy, hogy az 1880-as évek közepéig a becslések szerint a forgalom nagyobb hányadát a hagyományos kereskedelmi formák – piac, heti- és országos vásárok, házalókereskedelem és vándorkereskedők stb. – bonyolították le. E kereskedelmi formák a polgári korszak kezdetén még

1. táblázat. A kereskedelemről élő keresők számának alakulása, 1857–1910\*

A keresők foglalkozási viszonya	A keresők száma, fő				
	1857	1869	1890	1900	1910
Önálló kereső	40 826	55 466	86 053	100 586	124 853
Alkalmazott	23 084	41 955	84 066	109 376	153 251
Összesen	63 910	97 421	170 119	209 962	278 104
Az összes kereső %-ában	1,0	1,5	2,7	2,9	3,6

\*A kereskedelem és a hitelintézetek keresői Horvát-Szlavonország nélkül.

növelték is a forgalmukat a korábban vázolt okok következtében (a lakosság növekvő vásárlóereje, az autarkia visszaszorulása, a közlekedési lehetőségek javulása stb.). A vásárok száma 1855 és 1896 között megkétszereződött; 1895-ben 1477 település rendezett országos vásárokat, évente 4707 alkalommal. További 269 község hetivásárokat tartott.

A korábban országos, sőt nemzetközi hatósugarú vásárok egyre inkább a helyi (piackörzeti szintű), esetleg a regionális árucserét szolgálták, az országos nagykereskedelem vagy a külfölddel bonyolított árucseréje egyre inkább „modern” keretek közé – tőzsde, nagy- és külkereskedelmi vállalatok és bizományosok, közraktárak stb. – került. A piacok, vásárok feladata tehát a lakosság közvetlen áruellátására szorítkozott. Nagykereskedelmi szerepüket még leginkább az állatvásárok tartották meg; ezeken rendszeresen megjelentek a külföldi állatkereskedők is, s a felhajtott állatok száma még a századforduló táján is tekintélyes.

Budapest marhavásárait az 1891–1895-ös évek átlagában 270 ezer állatot hajtottak fel, 1911-ben 180 ezret. A vidéki városok közül 1911-ben a legtöbb szarvasmarhát az erzsébetvárosi vásárra hajtották fel, közel 54 ezret. Figyelemreméltó, hogy a 25 legnagyobb forgalmú marhavásár közül 16-ot Erdélyben, 5-öt Északkelet-Magyarországon (vagy a Partiumban) tartottak. Joggal feltételezhető, hogy mindez az itteni kereskedelemnek az ország központi régióhoz mért elmaradottságát tükrözi.

A magyarországi vásárhelyek földrajzi megoszlását az 1910. évi vásárhelyek jegyzéke alapján már PRINZ Gyula is vizsgálta. 1910-ben 1487 vásáros hely volt Magyarországon. A vásárhelyek legnagyobb sűrűsödési göcai egy szabályos sávszerű elrendeződést mutattak az ún. *vásárvonalak* mentén. A Kárpát-medence politikai-gazdasági-regionális integritásának a megszűnéséig a magyarországi térszerkezet „legenergikusabb” sávjának a vásárvonalrendszer tekinthető, amelyen belül a Kisalföldet, valamint a központi medencetértséget (Nagyalföld) határoló vásárvonal volt a legjelentősebb (PRINZ Gy. 1934).

PRINZ Gyula megállapításai némiképp ellentmondanak korábbi állításainknak (hogy ti. a vásároknak, mint „archaikus” kereskedelmi formáknak szerepe épp az „elmaradottabb”, az autarkiahoz közel álló régiókban jelentősebb). Figyelembe kell azonban vennünk, hogy a „hagyományos-korszerű” kereskedelem által lebonyolított forgalom arányait nem ismerjük; feltételezhető, hogy a fejlett, nagyobb vásárlóerővel rendelkező régiókban, mint pl. Nyugat-Magyarországon a nagyobb számú vásár ellenére a „modern” kereskedelmi formák aránya nagyobb volt a vásárok forgalmához képest, mint a szegényebb régiókban. Másrészt a vásárok száma önmagában nem szolgál pontos információkkal a vásárokon bonyolódó forgalomra vonatkozóan. A piacok-vásárok mellett az árucserének még jó néhány archaikus formája létezett a 20. sz. elején is: termékek cseréje, hálázó kereskedelem stb.

A „modern” kereskedelmi formák a 19. sz. utolsó évtizedére jutottak túlsúlyra az árucserében. Ez nem csak mennyiségi gyarapodást jelentett, változtak a tulajdonképpeni kereskedelem formái, intézményei is. A nagybani kereskedelem terén a tőzsde megnyitása, a kereskedésnek az áruk „mozgá-

sától” és tényleges helyétől való elkülönülése, a bizományosi, ill. ügynöki hálózat kiépítése jelentette az új formákat. A kiskereskedelemben a boltok számának növekedése mellett a boltok szakosodása, az áruházak megjelenése – a budapesti Párizsi Nagy Áruház 1911-ben nyílt meg –, a fogyasztási szövetkezetek szervezése – 1898: az elsősorban a falusi kereskedelmet szolgáló Hangya megalakulása, 1904: Fővárosi Általános Fogyasztási Szövetkezet –, a nagy szériájú, szabványosított, állandó minőségű gyári termékek térhódítása stb. jelentett előrelépést.

A kereskedelmi tevékenység földrajzi elterjedésében, az elterjedés folyamatában a századforduló táján ellentétes tendenciák mutatkoztak. Egyrészt azáltal, hogy a bolti kereskedelem a városok hierarchikus szintjéről továbblépett a falvak felé, s több tízezernyi üzlet – többnyire szatócsbolt vagy vegyeskereskedés – nyílt a községekben, a kereskedelmi tevékenység egyenletesebb eloszlása alakult ki. Pontosabban: egyre több településben, egyre nagyobb területen működött állandó jelleggel a kereskedelem; ilyen értelemben beszélhetünk területi kiegyenlítődésről. Am még 1910-ben is számos faluból hiányzott a szatócsbolt. Szolnok-Doboka megyében a települések 38%-ában (120 falu) nem volt kereskedés. A „fejlett” Vas megye 210 községe nélkülözte a helyi kereskedőt, a Muraszombati járásban csak minden második faluban működött bolt stb.) Ugyanakkor erős koncentráció – vagy annak fennmaradása – ment végbe a magyarországi kereskedelemben. Részben a főváros kereskedelmi tevékenysége uralta az ország kereskedelmét, de koncentrálődott a régiók, a közép- és kistájak kereskedelme is, értelemszerűen a városokban.

### Budapest hegemon szerepben

Akárcsak a gazdasági élet más területein, a kereskedelemben is Budapest egyeduralgó szerepet játszott az országban, különösen a „nagy üzletben”. Budapesten működött az ország kereskedőinek 23,3%-a, 65 ezer fő (az ország lakosságából viszont 4,8%-kal részesedett a főváros); igaz, ez az arány jóval alacsonyabb, mint volt 1890-ben (31,9%). A fővárosban 14,7-szer több kereskedő működött, mint a kereskedők száma alapján képzett rangsorban a második helyen álló Zágrábban (4425 kereskedelemről élő kereső) és 18,3-szor annyi, mint a szűkebb Magyarország második kereskedővárosában, Pozsonyban (2. táblázat). Mindez azonban nem fejezi ki kellően a főváros súlyát az ország kereskedelmében.

A vasúthálózat kiépülése ugyan a legjövödelmezőbb üzletágban, a termény-kereskedelemben számos városban hozott létre helyi központokat, ám a *fővárosi gabona- és terménykereskedők* kezén koncentrálődott tőke a vasutak segítségével a 19. sz. harmadik negyedére meggyengítette és *függésbe vonta a vidéki városok gabonakereskedelmi szervezetét*. Ennek folytán az addig

2. táblázat. A kereskedelemből élő keresők megoszlása a különböző településtípusok között, 1910\*

Településtípus	Részesezés	
	a lakosságból, %	a kereskedelemből élő keresőkből, %
1. Budapest	4,8	23,6
2. Törvényhatósági jogú városok	6,9	16,8
3. Rendezett tanácsú városok	8,5	16,7
<i>Városok összesen</i>	20,2	57,1
4. Községek 10 000 lakos felett	4,9	5,9
5. Községek 10 000 lakos alatt	74,9	37,0
<i>Községek összesen</i>	79,8	42,9

\* Horvát-Szlavonország nélkül

meglehetősen önálló terménykereskedelmi funkció egy sor vidéki városban aránylag gyorsan leépült, s ezzel együtt a vidéki városok fejlődésében korábban oly jelentős szerepet játszó kereskedelmi tőke is kihúzódott a városokból (pl. Kecskemét, Győr, Baja, Zombor).

A korábban prosperáló tradicionális kereskedelmi központok alárendelődtek a Budapest központú országos nagykereskedelemnek. Az 1860-as években még a dunai gabonakereskedelem elosztó központjának számító Győr a vasútvonalak megjelenésével a fővárosi nagykereskedelem befolyása alá került. Dél-Magyarország korábban önálló gabonapiacai – Szeged, Temesvár, Baja – is a világ vezető gabona- és malomipari központjává fejlődő Budapest befolyása alá kerültek. A vidéki városok korábban önálló kereskedői a fővárosi nagykereskedők bizományosaivá váltak.

MÁRTON Béla már 1941-ben elemezte a „kereskedő helységek” 1910-es eloszlását a történeti Magyarország területén (MÁRTON B. 1941), a kereskedelemben foglalkoztatottak településen belüli *aránya* alapján. Ez a mutató azonban csak egyik oldaláról mutatja be a kereskedés jelentőségét, mégpedig a *településen belüli* jelentőség oldaláról, de az egyes városok kereskedelmének *országon belüli* súlyára nem utalnak.

A vizsgálat ezen hiányosságainak kiküszöbölése érdekében magunk több szempont alapján jelöltük ki az ország kereskedőhelyeit. A vizsgálat eredményeinek szemrevételezése előtt azonban vessünk egy pillantást a kereskedelmi tevékenység regionális megoszlására.

### Dualizmus kori kereskedelmünk térszerkezeti jellemzői

Magyarországon 1910-ben 10 ezer lakosra 152,3 (Horvát-Szlavonországgal is számolva 144,0) kereskedelemből élő kereső jutott. A Budapest nélküli „vidéki” átlag 122,6 volt, a megyei átlagok 37,8 (Lika-Krbava) és 216,7 (Brassó

vármegye) között szóródtak. Pest-Pilis-Solt-Kiskun megyében ugyan 413 kereskedő jutott 10 ezer lakosra, a fővárost figyelmen kívül hagyva viszont ez az érték 153-ra csökkent (3. táblázat).

Megjegyzendő, hogy ezen értékek nem tükrözik egyértelműen a kereskedelmi

3. táblázat. A 10 000 lakosra jutó kereskedelemről élő keresők száma a megyei rangsorok élén és végén, 1910

A rangsor élén álló vármegyék	Kereskedő/10 ezer lakos	A rangsor végén álló vármegyék	Kereskedő/10 ezer lakos
1. Fiume és kerülete	656,8	1. Lika-Krbava	37,8
2. Pest-Pilis-Solt-Kiskun	412,8*	2. Varasd	41,8
3. Brassó	216,9	3. Fogaras	50,2
4. Hajdú	201,1	4. Kis-Küküllő	52,6
5. Pozsony	186,8	5. Belovár-Körös	63,0
6. Csongrád	180,2	6. Torda-Aranyos	63,4
7. Győr	176,7	7. Hunyad	64,8
8. Zólyom	172,9	8. Szilágy	71,4
9. Bács-Bodrog	165,0	9. Pozsega	73,6
10. Temes	165,0	10. Hont	75,4

\* Budapest nélkül: 122,6.

tevékenység regionális különbségeit, hisz miután az árucsera a városokban koncentráldott, a megyei értékek alakulásában közrejátszott a megyék városi és vidéki lakosságának aránya is. Ezzel magyarázható, hogy a kereskedők aránya Brassó vármegyében volt a legmagasabb s hogy a regionális központokat befogadó megyék többségében az országos érték felett alakult a kereskedők aránya (Temes, Csongrád, Hajdú, Pozsony, Kolozs, Arad, Abaúj-Torna, Győr, Baranya megyék).

Az országos átlagnál magasabb volt a kereskedők aránya az *Alföldön*, azokban a megyékben is, amelyek nem rendelkeztek nagyvárossal, mint Csanád, Torontál, Békés vagy Szabolcs, feltehetően elsősorban településszerkezeti okok következtében: a népes települések több kereskedőt tudtak eltartani, mint az aprófalvas vidékek. Ehhez járultak a kedvező jövedelmi viszonyok s a modernizáció előrehaladása nyomán a tradicionális kereskedelmi formák háttérbeszorulása. A nagy volumenű agrár-árutermelés a felvásárló kereskedelem szerepét is növelte.

A *nyugati határszél* négy vármegyéjében – Pozsony, Sopron, Győr, Moson – is átlagfeletlinek mutatkozott a kereskedelmi tevékenység, a modernizáció előrehaladása, a nagyarányú árutermelés és a kedvező jövedelmi viszonyok okán. Ez még Moson megyére is vonatkozik, noha a megyében nagyobb város nem alakult ki s Pozsony, Győr, Sopron, sőt Bécs kereskedelmi vonzása is erőteljes lehetett.

Átlag körüli, ill. átlag feletti értékek alakultak ki az ország *északkeleti régiójában*. Abaúj vagy Borsod megye esetében ezt a nagyvárosok jelenléte magyarázhatja, de Zemplén, Ung, Bereg, Szatmár, Szabolcs vagy különösen

Máramaros esetében viszont nem (az ország egyik legszegényebb régiója, csekély mérvű árutermelés, az urbanizáció alacsony szintje stb.). Itt a zsidó lakosság magas aránya magyarázhatja a „kereskedő-elemek” arányának megemelkedését, amely feltehetően meghaladta a régió „eltartó képességét” is.

*Erdély és Horvátország* átlag alatti vagy mélyen átlag alatti értékeit a régiók gazdasága, a lakosság jövedelmi viszonyai, az autarkia meglehetősen magas foka egyaránt indokolták.

A *Felvidék* kiterjedt, összefüggő területének alacsony „kereskedelmi aktivitása” már némiképp meglepő; igaz, a mezőgazdaság jövedelemtermelő képessége e régióban is alacsony, a földbirtokmegosztása kedvezőtlen, a településszerkezet elaprózott s nagyvárosok csak a peremeken találhatók (Pozsony, Miskolc, Kassa), de a sok tradicionális kis piachely jelenléte, a gyár-ipar jelentős súlya hozzájárulhatna az élénkebb kereskedelmi élethez. Még feltűnőbbek a *Dunántúl* átlagköri-átlagalatti értékei, amire a kistelepülésszerkezet nem szolgálhat kellő magyarázattal.

### Városhierarchia és kereskedelmi szerepkör

Mivel a kereskedelmi tevékenység erősen koncentráldott, a városok kereskedelmi szerepköre árnyaltabb képet rajzolhat a kereskedelmi tevékenység területi megosztásáról. A települések kereskedelmi szerepkörének vizsgálata alapvetően két irányú megközelítést igényel. Szemügyre vehetjük egyfelől a települések *kereskedelmi szerepkörének volumenét* (erre más adatok híján a kereskedelemről élők száma, vagy az ellátott lakosság – számítások útján nyert – száma alkalmas), másfelől a kereskedelmi tevékenység *városon belüli súlyát* (az egységnyi lakosra jutó kereskedő, a kereskedők %-os részesedése az összes keresőből). Ez utóbbi mutatókból a *vidék ellátásában* játszott szerepre is következtethetünk, mindenekelőtt az ellátott „vidéki” lakosság arányára az összes ellátott lakosból. Az ellátott vidékiek számát viszont a város kereskedői által ellátott összes lakos és a „vidéki hányad” kombinációja adja ki.

Az egyes települések kereskedelmének volumenét a *hierarchikus rang* s a város *lakosság száma* alakítja. Érthető, hogy a legnagyobb kereskedelmi forgalommal – kereskedő-számmal – a településhierarchia élén álló s népes városok rendelkeznek (4. táblázat).

Az első tíz helyen csak Fiume ékelődik a regionális központok közé, ami az adriai-tengeri kikötőváros szerepköréből fakadóan teljesen természetes. Ezután a kisméretű regionális központokat – Győr, Kassa, Pécs, Brassó – megelőzi néhány népes vagy speciális szerepkörű település: a Budapest városrészének tekinthető, több, mint 50 ezer lakosú Újpest, az őt követő, a városhierarchiában is előkelő 15. helyet elfoglaló, az Alföld és a Felvidék közötti közvetítő kereskedelmet lebonyolító kereskedőhely Miskolc, valamint

4. táblázat. Az 50 legjelentősebb kereskedőváros fontosabb adatai, 1910

A város- hierarchiában elfoglalt rangsorszám	A városok sorrendje*	Kereskedelmi keresők száma, fő	Ellátott vidéki lakos, fő	Sorrend	Kereskedő/ 10 000 lakos	Sorrend	Vidéki lakos/ városi népesség
1	1. Budapest	64 881	3 382 811	1	736,9	3	384,2
2	2. Zágráb	4 425	211 684	2	559,9	9	267,8
3	3. Pozsony	3 552	155 143	5	451,1	35	198,3
9	4. Nagyvárad	3 488	164 993	4	543,6	14	257,1
7	5. Temesvár	3 413	151 679	6	470,4	29	209,1
6	6. Debrecen	3 281	122 833	7	353,8	95	132,5
18	7. Fiume	3 271	165 099	3	656,7	4	331,5
8	8. Szeged	3 165	89 613	11	267,5	–	75,7
12	9. Arad	2 691	113 633	8	426,0	56	179,9
4	10. Kolozsvár	2 618	111 195	9	430,5	52	128,9
15	11. Miskolc	2 383	105 104	10	463,1	31	204,2
79	12. Újpest	2 197	89 146	12	398,0	73	161,5
22	13. Szabadka	2 164	47 565	23	228,7	–	50,3
11	14. Győr	1 989	86 377	13	449,0	38	195,0
5	15. Kassa	1 833	76 217	15	414,6	60	172,4
10	16. Pécs	1 808	68 964	17	362,9	88	138,4
13	17. Brassó	1 772	75 364	16	431,6	50	183,6
31	18. Újvidék	1 746	81 122	14	519,8	22	241,5
21	19. Szatmárnémeti	1 545	66 625	18	442,9	40	191,0
37	20. Kecskemét	1 525	33 359	39	228,2	–	49,9
19	21. Nagyszében	1 334	54 155	19	398,3	72	161,7
16	22. Szombathely	1 268	52 361	20	409,7	63	169,2
38	23. Nyíregyháza	1 198	40 511	29	313,6	–	106,1
23	24. Szekesfehérvár	1 178	40 770	27	321,6	–	111,3
26	25. Nagybecskerek	1 143	49 089	22	439,5	41	188,8

4. táblázat folytatása

A város- hierarchiában elfoglalt rangsorszám	A városok sorrendje*	Kereskedelmi keresők száma, fő	Ellátott vidéki lakos, fő	Sorrend	Kereskedő/ 10 000 lakos	Sorrend	Vidéki lakos/ városi népesség
14	26. Sopron	1 121	39 718	32	330,4	-	117,1
102	27. Hódmezővásárhely	1 110	10 482	95	177,8	-	16,8
28	28. Kaposvár	1 040	44 194	25	430,9	51	183,1
43	29. Pancsova	1 040	47 520	24	499,8	24	228,4
67	30. Munkács	1 023	49 936	21	592,2	6	289,1
35	31. Nagykanizsa	1 021	40 556	28	384,9	79	152,9
17	32. Marosvásárhely	990	39 526	33	388,0	77	154,9
20	33. Máramarosziget	971	42 425	26	454,4	34	198,5
62	34. Versece	938	34 257	38	342,7	101	125,2
33	35. Lugos	913	40 166	30	460,7	32	202,7
29	36. Eger	891	30 487	41	317,6	-	108,7
66	37. Makó	889	23 489	52	254,6	-	67,3
34	38. Zombor	885	27 552	44	289,3	-	90,1
36	39. Sátoraljaújhely	865	36 891	37	433,8	47	185,0
61	40. Baja	864	35 733	35	410,8	62	169,9
27	41. Nyitra	855	39 754	31	520,7	20	242,1
56	42. Pápa	844	35 301	36	418,9	58	175,2
46	43. Ungvár	833	37 809	34	492,3	25	223,5
63	44. Békéscsaba	785	9 429	101	186,3	-	22,4
40	45. Komárom	761	27 661	43	340,7	103	123,8
25	46. Szolnok	747	20 300	56	259,6	-	70,5
104	47. Orosháza	733	25 894	45	329,2	-	116,3
74	48. Gyöngyös	723	29 187	42	394,8	75	159,4
50	49. Nagykároly	720	31 226	40	447,8	39	194,2
70	50. Nagykikinda	702	19 326	57	262,0	-	72,1

\*A kereskedelemből élő keresők száma alapján

a közel százezres lakosú Szabadka. A rangsor további helyein is szoros a kapcsolat a lakosságszám, a városhierarchiában elfoglalt pozíció s a kereskedelmi tevékenység volumene között, annak ellenére, hogy néhány település látványosan „kilóg a sorból”. Így pl. Hódmezővásárhely, a hatalmasra nőtt, ám egyoldalúan agrárfunkciójú mezőváros, amely a városhierarchiában nem fért bele az „első százba”, de a kereskedők rangsorában a 27., a hasonló helyzetű Orosháza, Újpest, amelynek térszervező szerepe – hierarchikus pozíciója – szerény, de lakosa sok s szerepköre nem választható el Budapestétől.

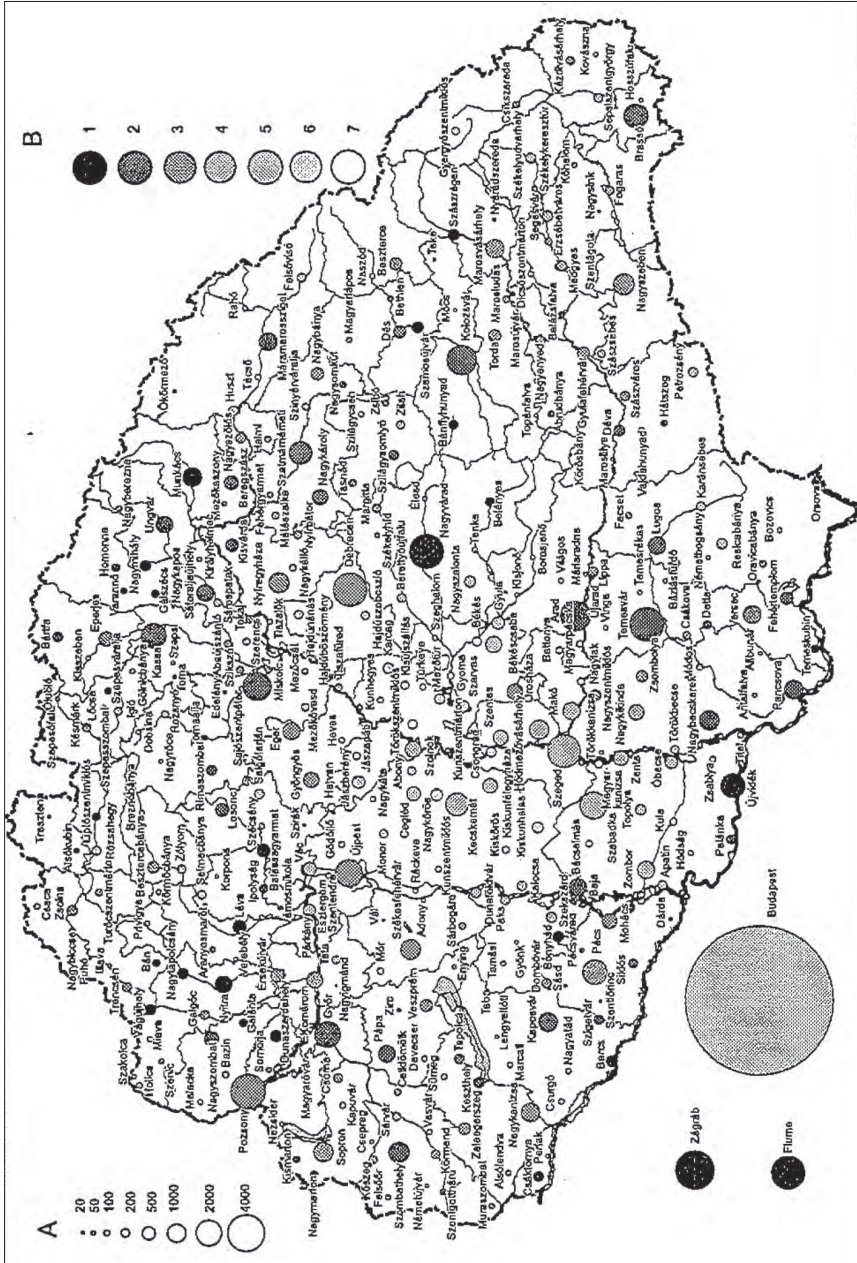
A táblázat adatai arról tanúskodnak, hogy a szerény népességű, de előkelő hierarchikus rangú városok kereskedelmi tevékenysége elmarad a „rangtól”, mert hierarchikus pozíciójukat elsősorban adminisztratív szerepkörüknek (megyeszékhelyek) köszönhetik. (Közéjük tartozik például Nyitra, Eperjes, Veszprém, Trencsén, Zalaegerszeg, Csíkszereda, Fogaras, Dicsőszentmárton, Ipolyság stb.). Ez a megállapítás „fordítva” is igaz: a gazdasági szerepkörük által „felemelt” városok kereskedelmi szerepe előkelőbb hierarchikus pozíciójuknál (pl. Versec, Pápa, Békéscsaba, Gyöngyös, Nagyikinda stb.).

Mivel a 20. sz. elején már az „elosztó kereskedelem” foglalkoztatottjai adták a kereskedők többségét – a termény- és állatkereskedők a kereskedelemből élőknek csupán 7%-át tették ki –, a kereskedelmi tevékenység a városokba koncentrálódva ugyan, de messzemenően igazodott a lakosság, kisebb mértékben a vásárlóerő területi eloszlásához. Így az ország peremzónáiban, Nyitra vármegyétől a Felvidéken át Erdélyig, ill. a Dunántúlon kisebb kereskedőhelyek alakultak ki, hálózatuk is ritkább, mint az ország központi régióiban (1. ábra).

Az is megállapítható, hogy az egységes nemzeti piac kialakulása, az „elosztó kereskedelem” túlsúlyba kerülése meglehetősen egyveretűvé tette a városok kereskedelmét. Az a fajta, a helyi sajátosságokat, munkamegosztást tükröző árucseré, amelyről pl. BÁCSKAI Vera számolhatott be a 19. sz. elejének piacközpontjait kutatva (BÁCSKAI V. 1988), vagy amelyekről a kortárs Fényes Elek tudósított, jórészt már a múlté volt a századelőn (Lásd 2. jegyzet).

Más képet kapunk, ha a *kereskedelem településen belüli súlyát* (a kereskedelemről élők százalékos előfordulása, az egységnyi lakosra jutó kereskedő) vesszük szemügyre, ill. a városok feltételezhető szerepét vidékük ellátásában. A kereskedelmi szerepkör településen belüli jelentőségére utal a 10 ezer lakosra jutó kereskedelemről élő keresők száma (1. ábra).

A városok kereskedelmének fajlagos értékeiről nyert kép legszembe-tűnőbb vonása az Alföld „magterületének” szerénynek tűnő kereskedelmi szerepe. Annak ellenére adódnak ezek az alacsony értékek, hogy a városok kereskedelmének súlya – a keresők száma szerint –, valamint a megyei értékek alapján az Alföld kereskedelme nem maradt el az ország más régiói mögött. Csakhogy az alföldi mezővárosokban a városi funkciók, így a kereskedelmi tevékenység is mintegy szigeteket képeznek az agrárszerepkör tengerében s *arányuk* csekély a városokon belül. Ez a sajátos helyzet vezetett az alföldi me-



1. ábra. A kereskedelemből élő keresők száma (A), és a 10 ezer lakosra jutó számuk (B) a városokban, 1910. (szerk. BELUSZKY P.) –  
 1 = 500,0 és több; 2 = 400,0–499,9; 3 = 300,0–399,9; 4 = 200,0–299,9; 5 = 150,0–199,9; 6 = 100,0–149,9; 7 = 99,9 és kevesebb

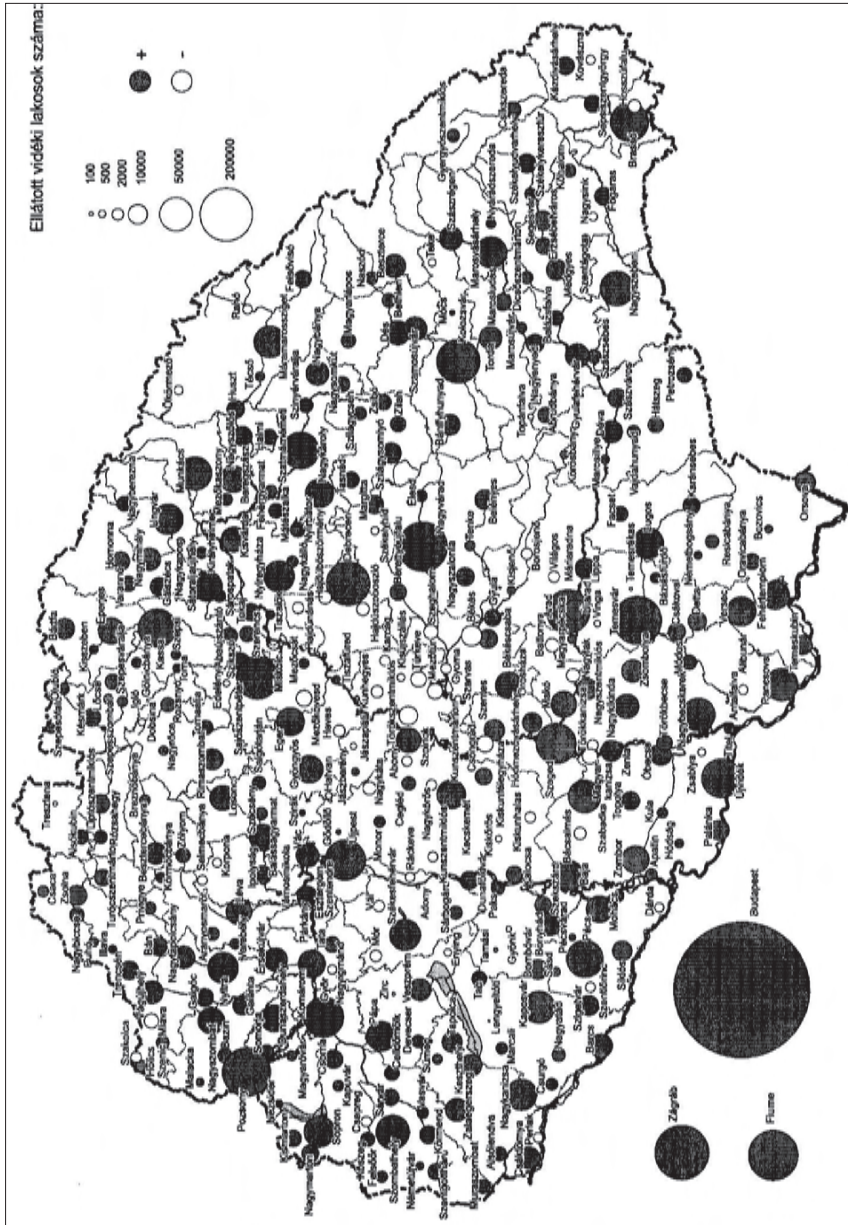
zővárosok város-voltának megkérdőjelezéséhez, vagy ahhoz, hogy ha a vidék életében játszott szerepüket – a különböző városi szolgáltatások „vidékre jutó” hányada – vesszük alapul a hierarchikus pozíció kijelölésekor, akkor az alföldi városok hátrányba kerülnek más régiók városaival szemben.

Az Alföldön még az egyébként népes vagy magas hierarchikus rangú városok „városiassága” is szerény a városi funkciók sűrűsége alapján. Szeged értéke is a városi átlag alá esik, pedig a Dél-Alföld egyik legnagyobb kereskedőhelyeként szokás emlegetni. Hasonló helyzetben volt Szabadka, Kecskemét, Hódmezővásárhely, Szolnok, Békéscsaba stb. (Természetesen, ha a külterületi népességet számításaink során figyelmen kívül hagynánk, az alföldi mezővárosok „megítélése” is javulna.)

Alacsony fajlagos értékek az Alföldön kívül másutt is előfordulnak, mindenekelőtt az adminisztratív szerepkörük által „felemelt” kisvárosokban, s a gyáripari szerepkörű településeken (így pl. Selmecebányán, Rózsahegyén, Stájerlakaninán stb.). A kereskedelmi jelleg a legtöbb regionális centrum, valamint a gazdaságilag is „erős” megyeszékhelyek esetében határozott (Szombathely, Kaposvár, Nagyszében, Szatmárnémeti, Nagybecskerek stb.). A „gazdaság” által magas hierarchikus pozícióba emelt településekben a kereskedelmi szerepkör mennyisége és „sűrűsége” is jelentős; ide sorolható Budapest is, azután pl. Nagykanizsa, Pápa, Baja, Gyöngyös, Pancsova, Nagyszombat stb. Északkelet-Magyarország városaiban a kereskedelmi funkció súlyát a zsidó lakosság magas aránya is növelte (Ungvár, Munkács, Beregszász, Máramarossziget, Kisvárd, Sátoraljaújhely stb.). Mindenesetre megállapítható, hogy a kereskedelmi funkció településen belüli súlya kevéssé függ a hierarchikus pozíciótól s a népességszámtól is.

*Az ellátott vidéki lakosság száma* viszont meglehetősen szorosan kapcsolódik a kereskedelem méreteihez, a kereskedelemből élők számához (2. ábra). A népes, magas hierarchikus szintű és nagyszámú kereskedővel rendelkező települések által ellátott vidéki lakosságnak a száma akkor is tekintélyes lehet, ha a kereskedelmi tevékenység fajlagos értékei szerényebbek. (A kereskedelmi keresők száma s az elméletileg ellátott vidéki lakosok száma közötti rangkorrelációs együttható +0,54, – a „TOP 50”-re számolva –, s ezt az értéket is kétféle „extrém” eset, mint Hódmezővásárhely vagy Békéscsaba rontja le.)

Ismét változik a kép, ha az ellátott *vidéki és a városi lakosság arányait* vesszük szemügyre. Ez esetben a korreláció a hierarchikus szinttel vagy a kereskedők számával lazul, hasonlóan a 10 ezer lakosra jutó kereskedők értékeihez. A kereskedelemnek a vidék ellátásában játszott szerepe kiemelkedő lehet a nagy kereskedelmi központok esetében is, de a kisvárosok között is találunk markáns kereskedőhelyeket. Az előbbi „típusba” sorolható maga Budapest is (a számítások szerint 3,4 millió „vidékit” látott el), továbbá Fiume (sajátos kereskedelmi szerepéről már szóltunk), Zágráb, Miskolc, Nagyvárad, Szatmárnémeti és Munkács, az utóbbiak közé Nyitra, Máramarossziget, Nagykároly, vagy olyan kisvárosok, mint Balassagyarmat, Léva, Bonyhád, Galánta, Szamosújvár, Alsókubin stb.



2. ábra. A kereskedelem által ellátott lakosság a vidéki városokban, 1910. (szerk. BELUSZKY P.) - + = ellátott vidéki; - = ellátatlan városi lakos

## Jegyzetek

1. GYIMESI Sándor írja: „... a kapitalizmus kialakulásának következményei a közép-kelet-európai területeket éppen a kereskedelem útján érték el először, még mielőtt iparuk, sőt általában termelésük tőkés átalakulása jelentős lépéseket tett volna” (GYIMESI S. 1975).

2. BÁCSKAI Vera így írt például Baja vagy Nagyszombat kereskedelméről: „Baja – Fényes szerint – az agrártermékekben bővelkedő megye fő gabonaberakodó és kereskedőhelye volt. Virágzása a francia háborúk idejére esett, azt követően szerepe hanyatlott, de kikötőjében még az 1830-as években is évente száznál több 3–8000 pozsonyi mérő befogadóképességű hajó rakodott és indult felfelé a Dunán Pest és Bécs irányába. Vásárait e városok kereskedői rendszeresen felkeresték, de a helyben működő, nagyobb tőkével rendelkező kereskedők száma is jelentős volt. Vásárain a fa, faeszközök, valamint (feltehetően behozott) kézművesipari és gyári termékek kínálata is nagy volt: a város kézművesipara egyébként sem a választék, sem az iparúzóik számát tekintve nem volt jelentős, e tekintetben körzete – amelyben sok kereskedő és zsidó is élt – felülmúlta.”

„Nagyszombat Fényes szerint nagy gabonaforgalmat bonyolított le, és a gyapjú, valamint a Morvaországból behozott posztó egyik fő elosztóhelye. A pesti, kassai, temesvári, brassói kereskedők innen hordták szét a posztóárut. Egyúttal Ausztriának, Morvaországnak, Sziléziának, Csehországnak, valamint a magyarországi bányavárosoknak fontos borbeszerező helye is volt. A kedvező közlekedési adottságok, az élénk forgalom azonban nem a helyi kereskedőket gazdagította; a nagyobb kereskedelmi ügyleteket idegen kereskedők bonyolították le. Erre utal a nagyszombatiaknak az összeírásban rögzített panaszai is, akik részletesen ecsetelték egyre romló megélhetési viszonyaikat. Véleményük szerint a korábbi virágzó posztó- és gyapjúkereskedelem szinte teljesen Pesten koncentráldott, ill. azt a vásározó zsidó kereskedők sajátították ki. A kereskedelem belső, városi fogyasztórétege is megcsappan azóta, hogy az egyetemet Pestre, az akadémiát Pozsonyba helyezték át, és az esztergomi érsek is visszatért székhelyére” (BÁCSKAI V. 1988).

## IRODALOM

- BÁCSKAI V. 1988. Városok és városi társadalom Magyarországon a 19. sz. elején. – Akadémiai Kiadó, Budapest, 235 p.
- BELUSZKY P. szerk. 2005. Magyarország történeti földrajza. I. kötet. – Dialóg Campus Kiadó Budapest–Pécs, 462 p.
- BELUSZKY P. szerk. 2008. Magyarország történeti földrajza. II. kötet. – Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs, 436 p.
- BELUSZKY P.–Győri R. 2005. Magyar városhálózat a 20. sz. elején. – Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs, 232 p.
- GYIMESI S. 1975. A városok a feudalizmusból a kapitalizmusba való átmenet időszakában. – Akadémiai Kiadó, Budapest, 216 p.
- MÁRTON B. 1941. A kereskedőhelységek eloszlása Magyarországon. – Földrajzi Közlemények 69. 1. 94–103.
- PRINZ Gy. 1934. Magyar vásárhelyek. – Földrajzi Közlemények 62. 1. 51–63.

## **A fesztiválok szerepe a Balaton-parti kisvárosok kulturális gazdaságának fejlesztésében Zamárdi példáján**

ENYEDI-TINER KLÁRA<sup>1</sup>

### **The role of festivals in the development of cultural economy in few towns around Lake Balaton. The case of Zamárdi**

Cultural events like more day long festivals are of great importance in the cultural economy of settlements. They contribute to settlement development in several ways, e.g. by increasing the volume and incomes of local retail trade, the use of local services, leading to more hotel accommodations, more guests in restaurants and pubs etc. The Balaton Resort Area is the most important region of tourism inside Hungary. Its small towns play a leading role in organizing different types of festivals during the main tourist season as well as in spring and autumn period. From the increasing number of visitors of festivals have a great benefit for local government and local entrepreneurs of larges settlements around Lake Balaton. Among them a small town Zamárdi became a good example how to make a real successful settlement marketing strategy for development by giving a home to one of the largest music festival (Heineken Balaton Sound) in Central Europe since 2007.

**Keywords:** cultural economy, festivals, settlement marketing, tourism, Lake Balaton

### **Bevezető**

A nagyszabású, többnapos rendezvények meghatározó szerepet játszanak a városok kulturális gazdaságában. Ezek az események egyre gyakrabban járulnak hozzá a helyi és regionális gazdasági fejlődéshez, a kiskereskedelmi forgalom növekedéséhez, a szolgáltatások bővüléséhez és nem utolsósorban munkahelyteremtő képességgel is rendelkeznek. A turizmust szolgáló kulturális rendezvények különösen felértékelődnek a nemzetközi figyelem középpontjába emelkedő településeknél (ahogyan Pécs esetében, amely 2010-ben egy évig Európa Kulturális Fővárosa volt) (RÁRZ T. 2006). Ám e felértékelődésnek nem csak a nagyvárosok számára lehet kiemelkedő gazdasági hozadéka, hanem az átlagosnál több vagy erősebb vonzó tényezővel rendelkező térségek

---

<sup>1</sup> PhD-hallgató, Szent István Egyetem, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, Gödöllő.

településeinél is. Különösen akkor, ha ezek a kisebb települések – meglevő természeti a kulturális örökségük megőrzése mellett (TASNÁDI J. 1992) – nagy gondot fordítanak az olyan népszerű kultúrahordozó értékek meghonosítására is, mint például a fesztiválok.

A hazai idegenforgalom kiemelten fontos területe a Balaton-part, amelynek kisvárosai az utóbbi két évtizedben egyre gyakrabban adnak otthont különböző fesztiváloknak nemcsak a nyári főszezonban, hanem egész évben. Ezekből a több tízezer látogatót vonzó kulturális rendezvényekből nem kizárólag a szakmai befektetőknek van komoly haszna, hanem közvetlenül vagy közvetett módon a települések önkormányzatainak és a helyi vállalkozóknak is, elsősorban a vendéglátás és a különféle idegenforgalmi szolgáltatások területén. Emellett kulcsszerepet játszanak a hatékony településmarketing megvalósításában, amit csak az optimálishoz közeli helyszínválasztás („üzleti telephelyválasztás” – SIKOS T.T. 2000) alapozhat meg.

A tanulmány igyekszik áttekinteni a Balaton-part legjelentősebb kulturális rendezvényeit, sorra véve mindazokat a tényezőket, amelyek révén ezek a rendezvények elősegítik helyszíntelepülésük gazdasági fejlődését. Kiemelten foglalkozunk a déli part egyik leggyorsabban fejlődő kisvárosának, Zamárdinak a balatoni fesztiválok szervezésében betöltött kulcsszerepével. 2007 óta ott kerül sor a tópart legnagyobb méretű kulturális rendezvényére, a Heineken Balaton Sound Fesztiválra. Részletesen is érdemes foglalkozni a nemzetközi vonzerejű kulturális esemény gazdasági hatásainak elemzésével, amely hatások nem korlátozódnak csupán a kulturális esemény helyszínére, Zamárdira, és annak szomszédságára, hanem hozzájárulnak az egész balatoni régió fenntartható fejlődéséhez.

### **A fesztiválok mint kiemelkedő kulturális rendezvények sajátosságai**

A turisztikai termékek fogalomkörén belül a kulturális turizmushoz (MICHALKÓ G. 2012) sorolható különböző fesztiválok – rendkívül változatos és évről-évre egyre bővülő programjuk mellett – számos olyan jellemzőkkel rendelkeznek, amelyek alapján különböző minőségi kategóriákba sorolhatók. Az ilyen jellegű kulturális rendezvényeknek az alábbi közös sajátosságaik vannak:

- kulturális fogyasztási igényeket elégítenek ki,
- konkrét településhez kötődnek,
- nagy számú látogatót vonzanak többnyire belföldről, de külföldről is.
- különböző ideig tartanak,
- általában szezonálisak és periodikusak,
- tematikus jellegűek (zenei, gasztronómiai, művészeti, sport, stb.), továbbá
- sajátos arculatuk, imázsuk van, amellyel elősegítik a helyszíntelepülés turisztikai értékének és ismertségének növekedését.

A fesztiváloknak számos olyan közvetlen gazdasági hatása van, amelyek többféle módon is hozzájárulnak a hatékonyabb településfejlesztéshez. Többek között: a) az ezekhez a rendezvényekhez köthető, az átlagos többszörösen meghaladó mértékben megemelkedő vendégforgalom a helyi kiskereskedelem és szolgáltatások bevételeinek ugrásszerű növekedését eredményezi; b) az idegenforgalmi szálláshelyek megemelkedő szállóvendég-forgalma tekintélyes mértékben növeli az idegenforgalmi bevételeket a kereskedelmi és magánszálláshelyeken egyaránt; c) a rendezvények előkészítése, lebonyolítása kedvezően hat a helyi foglalkoztatásra; d) a rendezvényekből származó vállalkozói bevételek helyi adója növeli az önkormányzat bevételeit; e) az önkormányzati tulajdonú területek, ingatlanok bérbeadása szintén önkormányzati bevételeket eredményez; f) hasonlóképpen emelkednek ilyenkor a helyi vállalkozók által kiadott épületek bérleti díjai, vagyis az ebből eredő vállalkozói bevételek is.

### **A Balaton-part mint „fesztivál-térség”**

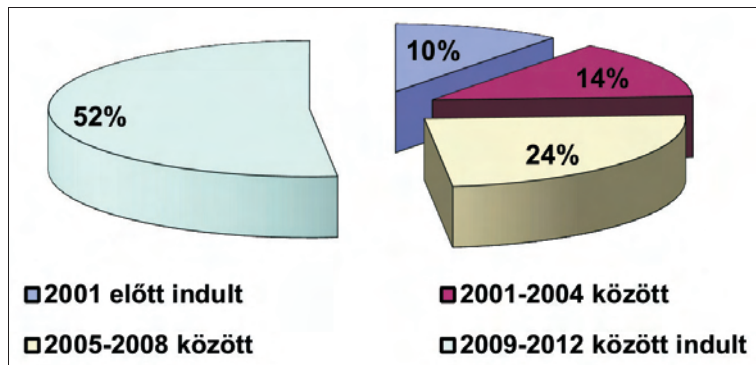
Kiemelkedően kedvező természetföldrajzi viszonyai, táji adottságai és településhálózati jellemzői a „magyar tenger” tóparti településeit kiemelt módon alkalmassá teszik a legkülönfélébb kulturális rendezvények, közöttük a fesztiválok megrendezésére. Elsősorban olyan mutatóik révén, mint

- nagy számú táji érték és turisztikai vonzótényező,
- fejlett idegenforgalmi infrastruktúra,
- magas szintű vendéglátó kultúra, továbbá
- hazai nagyvárosokból és külföldről való kedvező közlekedési elérhetőség.

A Magyarország területén évente megrendezésre kerülő, ill. tervezett fesztiválok adatbázisát összeállító és karbantartó honlap ([www.fesztivalkalauz.hu](http://www.fesztivalkalauz.hu)) adatai szerint 2012-ben 18 Balaton-parti településben 31 fesztivál megrendezésére került sor. Közülük az északi parton 14, a déli part településeiben 13, továbbá Keszthelyen és Hévízen 4, jelentős tömegeket vonzó kulturális eseményre került sor. A fesztiválok helyszínei viszont nem arányosan oszlottak meg a Balaton-part települési között. Mindössze 5 „fesztiválváros” (Balatonfüred, Siófok, Keszthely, Fonyód és Balatonboglár) koncentrált a fesztiválok 61%-át, amelyek közül 2012-ben Balatonfüred vitte el a pálmát a maga 7 rendezvényével! (Rajta kívül Siófokon 4, Keszthelyen, Fonyódon és Balatonbogláron 3–3 fesztivált rendeztek az elmúlt évben.)

Megvizsgálva a tóparti fesztiválok kor szerinti megoszlását, megállapítható, hogy a számok a jelenhez közeledve egyre gyarapodik. Míg a 12 évnél régebbi fesztiválok aránya csupán 10%, addig a fesztiválok több, mint fele alig 4 évre tekint vissza. Megállapítható tehát, hogy a Balaton-parti fesztiválok

korstruktúrája igen kedvező, vagyis a térség e téren kifejezett prosperitást mutat (1. ábra). Az élénkülő fesztiválrendezési kedv hatékony válasz a lehet a válság éveiben tapasztalható vendégszám-visszaesés mérséklésére.



1. ábra. A fesztiválok induló időszak szerinti megoszlása

A fesztiválok esetében is érvényesül az a gazdasági korlát, hogy a megrendezés költségei általában korrelálnak az esemény hosszával. A tóparti települések 31 ilyen rendezvénye közül 20-nak (64,5%) az időtartama nem haladta meg a 3 napot. Ennél hosszabb kulturális, sport vagy egyéb rendezvények tartására évek óta – néhány kivétellel – csupán a fentiekben felsorolt „fesztivál-városok” vállalkoznak (1. táblázat).

A Balaton-parti fesztiválok további fontos sajátossága, hogy két szempontból is fokozatos strukturális átalakulás figyelhető meg a körükben.

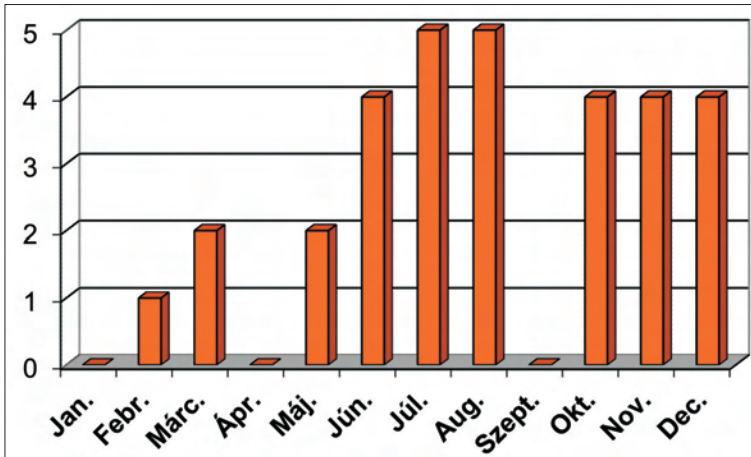
1. táblázat. A Balaton-parti fesztiválok időtartam szerinti rangsora

Rendezvény neve	Hossza, nap	Helyszíne	Első éve
Baltoni Szél Tavasz Fesztivál	28	Fonyód*	1998
Siófoki Sajt, Bor és Jazz Fesztivál	11	Siófok	2012
Fonyódi Nyári Fesztivál	9	Fonyód	1994
Balatonfüredi Nemzetközi Gitár Fesztivál	7	Balatonfüred	2005
Borkikötő és Siófok Fesztivál	7	Siófok	2009
Alsóörsi Motoros Fesztivál	7	Alsóörs	1998
Nemzetközi Ultramaraton Futóverseny	6	Balatonfüred	2011
Arany Ősz Művészeti Fesztivál	5	Balatonfüred	2001
Kékszalag Vitorlásverseny	4	Balatonfüred	1934
Balatonfüredi Művészeti Fesztivál.	4	Balatonfüred	2003
Heineken Balaton Sound Fesztivál	4	Zamárdi	2007
Balatonföldvári Térzene Fesztivál	4	Balatonföldvár	2006
Nyárbúcsúztató Vendégmarasztaló Fesztivál	4	Alsóörs	2007

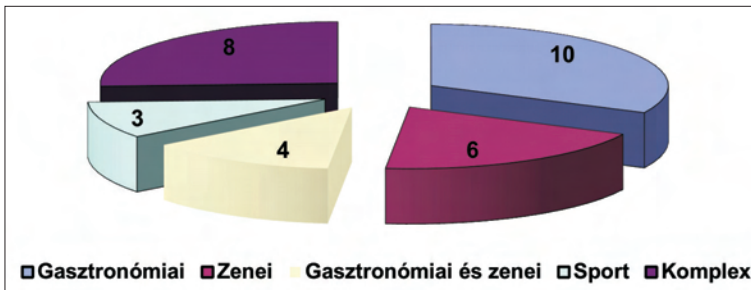
\*Balatonboglárral és Balatonlellyel közösen.

Forrás: www.fesztivalkalauz.hu és a települések saját adatbázisai.

Egyrészt miközben a tópart településeiben a fesztiválok mintegy felét – érthető okokból – a nyári, idegenforgalmi főszezonban rendezik, egyre gyarapodik az őszi-kora téli hónapokban rendezett fesztiválok száma is. Másrészt az is megfigyelhető, hogy a hagyományos gasztro- és zenei fesztiválok egyre inkább átadják a helyüket a komplex kínálóknak, amely a szélesebb látogatói igények kiszolgálását, ezáltal még nagyobb látogatótömeg odavonzását célozza (2., 3. ábra).



2. ábra. A Balaton-parti fesztiválok száma a megrendezés hónapja szerint 2012-ben



3. ábra. A 2012. évi fesztiválok számának megoszlása jellegük szerint

### A vározsíma építés sikerei Zamárdi példáján

Az alig 2400 lakosú Balaton parti kisváros elsődleges imázsát több évtizede fennálló üdülőhely funkciójának köszönheti, amelynek kialakításában a nagy számú helyben nyaraló üdülőtulajdonos, valamint a nyári főszezon turisztikai vendégforgalma játszotta a fő szerepet. A strandolás és a rekreációs alapigények kielégítésére való törekvés viszont messze nem volt elegendő a város

gazdálkodásának jövedelmezővé tételéhez, noha a kivetett adók (iparüzési adó, idegenforgalmi adó stb.) már az 1990-es évektől hozzájárultak a település költségvetésének hozzávetőleges egyensúlyba hozásához.

A városfejlesztési stratégia kidolgozásánál a helyi önkormányzat a továbblépési lehetőséget egyrészt egy muzeális gyűjtemény (Zamárdi Harcijármű Park) létrehozásában (2007), és főként az egyre népszerűbb, tízezreket megmozgató fesztivál-turizmusban rejlő lehetőségek kiaknázásában, azaz a kulturális imázs-teremtésben látta (és látja jelenleg is).

Zamárdi rendezvényeinek, eseményeinek súlyát, mozgalmasságát és méretét még a településnél lényegesen nagyobb városok is megirigyelhetik. Az eseménynaptár éves ritmusában két szezonális félévet lehet elkülöníteni. A kiemelt programok a májustól szeptemberig tartó szabadtéri szezonra esnek, amely lényegesen hosszabb ideig tart, mint a turisztikai főszezon. Ez a város társadalmi életének nyitottabb (térben, részvételi lehetőségben) periódusa, amely a város közterein, utcáin, strandjain zajlik. Évente 18 jelentős kulturális, ill. sportprogramot rendeznek Zamárdiban. Többségüket a nyári főszezonra koncentrálják, kisebb hányadukra tavasszal, ill. ősz elején kerül sor.

A településen évente megrendezésre kerülő, jelentős látogatótömeget vonzó kulturális, sport- és egyéb események, programok: Balaton Sound Fesztivál (kiemelkedően a legtöbb vendéget vonzza), Nemzetközi Veterán Atlétikai Balaton Bajnokság és Emlékverseny, Országos Dobó Összetett Bajnokság Utcazenész Fesztivál Strandröplabda Kupa, Mozdulj, Balaton!, Balaton Bike Weekend, Balatoni Játszadalom, Zamárdi Napok, Prézliparádé, , Pünkösdi szezonnyitó ünnepség, Szent Iván Éji Időutazás, Szent István napi ünnepségek, Szüreti multság, Zamárdi Séták, Amatőr kettesfogat-hajtó verseny, továbbá rendszeresek a vasárnap esti koncertek, lovas- és folklór programok, utcabálok.

A kisváros kulturális imázsának kulcstényezője a *Heineken Balaton Sound Fesztivál (HBS)*, Európa egyik legnagyobb szabású szabadtéri könnyűzenei rendezvénye. 2007 óta minden év júliusában megrendezésre kerülő zenei fesztivál helyszíne Zamárdi 2 km hosszú szabadstrandja. A fesztiválon fellépők sora a már nemzetközileg ismert előadóktól az alig ismert, és még karrier előtt álló tehetséges zenészekig, énekesekig terjed, akik szinte a világ minden tájáról érkeznek Zamárdiba.

Az esemény szervezése párhuzamosan történik a már befutott budapesti Sziget Fesztiváléval, és a két rendezvény szervezőgárdája is megegyezik. A fesztiválnak hivatalos weboldala van, amely pontos információkat ad több nyelven is a helyszín különböző járművekkel való elérhetőségéről.

Minőségi változást jelentett a Balaton Sound szervezése folyamán, hogy a Sziget Iroda felismerte azt a növekvő igényt, amely szerint a hagyományos fesztiválokkal lefedett piac mellett egyre nagyobb a kereslet itthon a megszokottnál sok szempontból színvonalasabb, magasabb komfortfokozatot nyújtó fesztiválra. A Heineken Balaton Sound esetében ehhez megfelelő

alapot biztosított a fesztiválnak otthont adó balatoni terület, amely közvetlen partszakasszal, tihanyi panorámával rendelkezik. A vendéglátás és egyéb szolgáltatások terén magasabb színvonalat képviselő megoldásokat alakítottak ki, koktélbárok, esztétikus kialakítású bárok és éttermek sorakoztak a rendezvény területén, a vendégek pedig a fesztiválokra megszokott sörpadok helyett székekben, kanapékon és nyugágyakon élvezhették a fesztivál hangulatát. 2008-ban a Heineken sörmárka a Heineken Balaton Sound névadó szponzora lett. A Heineken mint fő szponzor mellett több tucat egyéb rendszeres támogatója is van a rendezvénynek, amely kitűnő reklám a különböző médiacégeknek, sajtókiadványoknak.

Mivel a fesztivál nagy nemzetközi ismertségre tett szert, ezért a jegyek igénylése is hónapokkal a kezdési időpont előtt biztosítani kell. Már az év elejétől lehetőség van a napi belépőjegyek, valamint a 4 napos bérlet elővételben való megvásárlására. A hatalmas népszerűség miatt a legtöbb elővételben vásárolható jegy már március végére elfogy. A látogatók száma pedig az eddigi években rekordot rekordra halmozott.

Az első Balaton Sound Fesztivált 2007. július 12–15 között rendezték meg, s a 20 órás folyamatos zenei programra akkor több, mint 72 ezren voltak kíváncsiak. 2008 nyarán a „Soundon” már 88 ezer résztvevőt regisztráltak, ami napi 22 ezer látogatót jelentett. A bevételek meghaladták az 1,6 mrd Ft-ot, ami azt jelenti, hogy a belépőjegyek, bérletek árából származó bevételeket is beszámítva egy fesztivál látogató átlagosan 41 ezer Ft-ot költött az eseményen étkezésre, ital fogyasztásra és szállásra.

2009-ben a látogatók száma elérte a 94 ezret (átlagosan 23,5 ezer látogató/nap), 2010-ben megközelítette, 2011-ben pedig meghaladta 100 ezret. (A szervezők által kiadott hivatalos látogatószám 2012-ben 101 500 fő volt). 2011. július 7-e napi rekordot is hozott, vagyis már az első napon majdnem teltház volt a Heineken Balaton Soundon. Azon a nevezetes csütörtökön 27 ezren voltak a zamárdi szabadstrandon (amelynek befogadóképességét napi 27,5 ezer főben állapították meg). 2012-ben ismét rekordot döntött a HBS látogatottsága. A jegy- és bérlet-eladásokra vonatkozó hivatalos adatok szerint a rendezvény látogatóinak száma 108 ezer volt. A belépők árai hozzávetőlegesen tükrözték a programok hosszúságát és az éves infláció mértékében változtak (2. táblázat). 2010-től üdülési csekket és Sodexo utalványt is elfogadtak, 2011 februárjától pedig Széchenyi pihenőkártyával is lehetett belépőt vásárolni a Soundra.

2. táblázat. A Heineken Balaton Sound jegy- és bérletárainak alakulása 2007 és 2012 között, 1000 Ft-ban

Belépőfajta	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Napijegy	6,0	7,0	9,9	12,5	13,5	15,0
Négy napos bérlet	14,9	16,9	25,0	29,9	33,0	38,0

Forrás: [www.heinekenbalatonsound.hu](http://www.heinekenbalatonsound.hu)

A Balaton Sound turisztikai hatásaival kapcsolatosan először 2008-ban végzett felmérést a KPMG Tanácsadó Kft., amelynek eredményei (SIMON K. 2009) akkor is tanulságosak, ha akkor még csak két év tapasztalatai álltak rendelkezésre. A felmérésből kiderült, hogy az első két HBS elsősorban hazai látogatókat vonzott, de 2008-ban már a külföldi vendégek száma is nőtt 2007-hez képest. 2008-ban a külföldiek száma megközelítette a 9 ezret, így arányuk az összes résztvevőn belül elérte a 10%-ot. A fesztivál külföldi vendégei jellemzően a szomszédos országokból (Ausztria, Szlovákia, Horvátország), valamint Németországból érkeztek. A felmérés szerint 2008-ban a hazai résztvevők több mint fele az ország középső részéből, Budapestről és Pest megyéből érkezett Zamárdiba.

A fesztivál látogatóinak körében végzett felmérés szerint a Heineken Balaton Sound látogatóknak több mint kétharmada csak a rendezvény miatt utazott a helyszínre, tehát a fesztivál látogatása az első számú motivációjuk arra, hogy elutazzanak a Balatonra. A fesztiválozók a kempingen kívül összesen közel 30 ezer vendégéjszakát töltöttek kereskedelmi szálláshelyen és magánzálláshelyeken Zamárdiban és más közeli balatoni településeken. Ez az értéke Zamárdi teljes júliusi vendégforgalmához (2008-ban kb. 82 ezer vendégéjszakához) viszonyítva 37%-nak felel meg. Ha feltételezzük, hogy a környező településeken (Szántód, Kőröshegy, Siófok, Balatonföldvár) is szereztek maguknak szálláshelyet a fesztivál napjaira, akkor is úgy becsülhetjük, hogy Zamárdi teljes júliusi vendégforgalmának ötödrésze koncentráltódott a Balaton Sound négy napjára.

2008-ban a HBS látogatói körében a sörök, koktélok és rövid italok fogyasztása egyenlő népszerűségnek örvendett a bevételi adatok szerint. Kiskereskedelmi statisztikai adatok szerint 2008-as fesztiválon közel 1500 hektoliter sört és 450 ezer szál cigarettát értékesítettek (INDRA D. 2010). A KPMG-tanulmány becslése szerint a 2008-as HBS által generált összes költség közel 1,6 mrd Ft volt. A teljes költség legnagyobb tételei: a fesztivál területén belül vásárolt ételek és italok (34%), valamint a belépőjegyek (27%) voltak. A számítások szerint az egy látogatóra jutó átlagos költség közel 41 ezer Ft körül alakult.

A Heineken Balaton Sound Fesztivál tovagyrúzó gazdasági hatásait is figyelembe véve, a rendezvény által generált közel 1,6 milliárd Ft-os összes költség 816 millió Ft GDP hozzájárulást, és 340 millió Ft teljes adóbevételt jelentett. A rendezvény által generált helyi idegenforgalmiadó-bevétel elérte a 18 millió Ft-ot. A négynapos rendezvény okán létrejövő többletmunkaigény több mint 460 millió Ft bérkifizetést generált 2008-ban.

A tisztán gazdasági hatások mellett a Heineken Balaton Sound, ill. az általa létrejövő hazai kereslet, hozzájárul a Balaton ismertségének növeléséhez, emellett az informális csatornák, valamint a visszatérő vendégek és családjaik révén elősegíti a Balaton turisztikai kínálatának promócióját. A fesztivál rendszeressé tételének egyik célja volt, hogy hozzájáruljon a Balaton mint első rangú hazai és közép-európai turisztikai célterület általános promóciójához.

Összevetve a 2008-as belépő árait a 2012. évvel (2. táblázat), látható, hogy tavaly több mint kétszer akkora összeget kellett fizetni a belépőkét, mint négy évvel azelőtt. A jelentős árnövekedés ellenére nem csökkent, sőt folyamatosan nőtt a résztvevők száma, ami azt jelzi, hogy az árak emelkedésének mértéke nem volt olyan drasztikus, ami már visszavette volna a rendezvény látogatottságát. Extrapolálva a fenti árnövekedés mértékét a 2012. évi étel- és italárakra, valamint a szállásköltségekre, hozzávetőlegesen megbecsülhető, hogy 2012-ben az egy főre jutó átlagos költség összege 75 ezer és 85 ezer Ft között mozoghatott.

A 2012-es Heineken Balaton Sound Fesztivál – hasonlóan a 2011. évihez – egy nappal tovább tartott az ún. 0. napi koncert megrendezésével. Emiatt már 2011-ben kiegészítést igényelt a Balaton Sound 2007-ben kidolgozott, és azóta érvényes részvételi szabályzata. A korábbi normál napijegy mellett bevezetésre került a HBS VIP napijegy. Ezen kívül 2012-ben is megvásárolható volt a 2011-ben bevezetett HBS VIP bérlet. Ezzel a bérletfajttával rendelkezők számára már a „0. napon” 18:00 órától biztosított volt a rendezvény végéig való helyszínen tartózkodás azzal a feltétellel, hogy tulajdonosa nem alhat a rendezvény területén, nem tartózkodhat a Heineken Balaton Sound kempingjeggel rendelkező, látogatók számára kijelölt kempingterületen, és nem használhatja a tusolókat.

A 0. napi koncerttel tovább növelték a fesztivál látogatóinak számát, ezáltal mintegy 15–18%-kal növekedtek a rendezvény szervezőinek bevételei, továbbá ez az „előrendezvény” jótékonyan hatott Zamárdi és nagy valószínűséggel a környező balatoni települések turisztikai forgalmának alakulására is.

Zamárdi önkormányzata a Heineken Balaton Sound Fesztivál évről-évre növekvő látogatottságából jelentős bevétel-többletre tett szert. E tény megfelelő értékelését jelzi, hogy a rendezvény számára javuló infrastrukturális feltételek biztosítása kiemelt fejezetként került be az önkormányzat fejlesztési stratégiájába (Zamárdi Város Integrált Városfejlesztési Stratégiája, 2009). Az önkormányzattól kapott információk szerint a HBS-ből eredő helyi adóbevétel a 2008. évi 18 millió Ft-tal szemben 2012-ben elérte a 45 millió Ft-ot; a HBS megrendezéséhez kapcsolódó bérleti díjbevételek a 2008. évi 6 millió Ft-tal szemben 2012-ben meghaladták a 10 millió Ft-ot.

Összegzésként megállapítható, hogy

- a fesztivál már indulásától felkeltette a szponzorok figyelmét (italgyárak, médiák, sajtó stb.), amelyek száma 2012-ben már megközelítette a 30-at;
- kiterjedt marketing révén széles hazai és nemzetközi ismertségre tett szert, évente a külföldi látogatók aránya elérte a 10–12%-ot;
- pozitív gazdasági hatásai döntően Zamárdi kulturális imázsát növelték, a szomszédos települések a rendezvény járulékos piaci hatásaiból nem sokat profitáltak;
- a fesztivál növekvő látogatottsága ösztönzőleg hatott a helyi kereskedelmi és magán-szállásférőhely-kapacitás látványos (2008 –2010 között 2,5-szeres) bővülésére;

- nagy mértékben elősegítette a település vendéglátóhelyeinek és kiskereskedelmi egységeinek tömeges felújítását, ezáltal a település arculatának javítását;
- a HBS-nek kulcsszerepe van (és a jövőben is kulcsszerepe lesz) a gazdasági recesszió miatt visszaeső önkormányzati bevételek növelésében és Zamárdi gazdasági helyzetének stabilizálásában.

## Összefoglaló

A Balaton-part kulturális rendezvényei közül kiemelkednek a nagy számú vendéget odacsalogató fesztiválok. Az ebből származó tekintélyes bevételek mellett e rendezvények fő haszna a települések belföldi és nemzetközi imázsának további javulása, ezáltal fejlődésüknek az idegenforgalom oldaláról való hosszú távú stabilizálása.

Több szempontból is bebizonyosodott, hogy e nagyszabású, többnapos rendezvények egyre meghatározóbb szerepet játszanak a tópart városainak kulturális gazdaságában. Erre félreérthetetlenül utal az a fesztiválok strukturális átalakulása, tartalmi gazdagodása, a nyári idegenforgalmi szezonon túli időbeli kitolódása, valamint átlagos hosszuk növelésére irányuló törekvések. Kiváló példa erre Zamárdi város, ahol a helyi önkormányzat és valamennyi gazdasági szereplő kiemelt fontosságú gazdaságfejlesztő elemként kezeli a 2007 óta évente megrendezésre kerülő Heineken Balaton Sound Fesztiválból származó bevételeket.

## IRODALOM

- Idegenforgalmi statisztikai évkönyvek, 2005–2010. – Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- INDRA D. 2010. A Balaton Sound és a VOLT Fesztivál gazdasági hatásvizsgálata. – Turizmus Bulletin 13. 3. 31–34.
- MICHALKÓ G. 2012. Turizmológia. – Akadémiai Kiadó, Budapest, 266 p.
- RÁTZ T. 2006. Kulturális turizmus és városfejlesztés – Európa Kulturális Fővárosa. – Turizmus Bulletin 10. 2. 9–15.
- SIKOS T.T. 2000. Marketingföldrajz. Területfejlesztési szakkönyvek. – VÁTI Kht, Budapest, 240 p.
- SIMON K. 2009. Erősítik a régiót a fesztiválok. – KPMG News, KPMG Tanácsadó Kft., Budapest, 8 p.
- Somogy megye statisztikai évkönyvei, 2005–2010. – KHS, Budapest.
- TASNÁDI J. 1992. A turizmus szerepe a természeti és kulturális örökség megőrzésében. – Turizmus Bulletin 1. 1. 15–21.
- [www.heinekenbalatonsound.hu](http://www.heinekenbalatonsound.hu)
- [www.fesztivalkalauz.hu](http://www.fesztivalkalauz.hu)
- Zamárdi Város Integrált Városfejlesztési Stratégiája, 2009. – Polgármesteri Hivatal, Zamárdi, 62 p.

## **A vadászat és a vadászturizmus szerepe a vidék gazdaságában**

KÁPOSZTA JÓZSEF<sup>1</sup>–NAGY HENRIETTA<sup>2</sup>

### **The role of hunting and hunting tourism in the rural economy**

The aim of our study is to give an overview on a special and not really known sector of tourism, namely the hunting tourism. We intend to introduce its current situation and the development potentials in Hungary. The motivation of our research was to investigate the hunting tourism, as a special type of tourism, in details. We wanted to find out its unique features and characteristics and our aim was also to call attention to its potentials in economic development. In order to understand that current situation of hunting tourism, it is necessary to know the system of hunting tourism and game management in Hungary. Hunting is not killing animals without use, but it is an important tool of game management in compliance with the nature protection interests. Modern hunting and game management are considered active applied nature protection activities as well. The dominance of attractiveness of nature is the most spectacular from touristic point of view, but additional services provided (catering, accommodation, communication and language skills of accompanying people during hunting, entertainment facilities for those who do not participate in hunting, sightseeing etc.) are inevitable if talking about successful hunting.

**Keywords:** hunting, game management hunting tourism, rural development, rural areas

### **Bevezetés**

Tanulmányunk célja, hogy bemutassa az idegenforgalom egyik sajátos, kevesek által ismert, különös ágazatát, a vadászati turizmust, annak magyarországi helyzetét és lehetőségeit. Alapja egy szenvedély: az ember legősbibb ösztöne,

---

<sup>1</sup> Egyetemi docens, igazgató, Szent István Egyetem GTK Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő. Az Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola törzstagja

<sup>2</sup> Egyetemi docens, Szent István Egyetem GTK, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő.

a zsákmányszerzés. Akit magával ragad, pénzt, fáradságot, izületeket nem kímélve hódol szenvedélyének. A vadászat ma – gazdasági jelentősége mellett – az ember és a természet sajátos viszonyának megnyilvánulása, amelynek végső célja az élményszerzés. A vadászatot a zsákmányszerzés kényszere és vágya hozta létre és tartja fenn. Napjainkra a kényszer és szükségszerűség háttérbe szorult, megváltozott a „zsákmány” fogalmának tartalma, hiszen a modern ember igazi zsákmányává mára már az élmény vált. A kutatást az motiválta, hogy egy összefoglaló munka keretében bemutassuk a vadászati turizmus, mint speciális turisztikai ágazat sajátosságait a téma iránt érdeklődők számára, ill. gazdaságfejlesztési céllal felhívjuk a fejlesztők figyelmét ezen gazdasági tevékenységben rejlő lehetőségekre.

Ahhoz, hogy megértsük és átlássuk a vadászati turizmus aktuális helyzetét, az általános turisztikai és marketing ismereteken kívül szükséges megismerkednünk a magyarországi vadgazdálkodás és a vadászat rendszerével is. A vadászat nem értelmetlen vadpusztítás, öldöklés, hanem a természetvédelmi érdekekkel összhangban végzett vadgazdálkodás fontos eszköze. A vadállomány megőrzése, ápolása nélkül nincs vadászat. A korszerű vadászat és vadgazdálkodás egyben aktív, alkalmazott természetvédelem is. A vadászati turizmus vizsgálatakor először a természeti vonzerő dominanciája a legszembevetőbb, de a turisztikai élmény szempontjából legalább olyan fontos az ember által létrehozott, vadászathoz kapcsolódó infrastruktúra is. Itt nem csak a vadgazdálkodás bír kiemelt fontossággal, hanem a szállás és az étkezés minősége, a vadászati kísérők kommunikációs készségei, nyelvtudása, az esetleg nem vadászó vendégek szórakoztatása, és a kapcsolódó városba irányuló kirándulások minősége is.

## **A magyarországi vadászturizmus története és kapcsolati rendszere**

A vadászat egyidős az emberiséggel, eredeti funkciója a létfenntartás volt, hiszen az embernek védenie kellett magát a veszélyes ragadozóktól, a táplálékot és a „ruházatot” is a vadászat biztosította számára. A gazdaság fejlődésének eredményeképpen a vadászat létfenntartó szerepe fokozatosan csökkent. Kiegészítő gazdasági ágazattá, sporttá, társadalmi kiváltsággá vált, majd a mező- és erdőgazdálkodástól elkülönülve önálló szakmává is alakult.

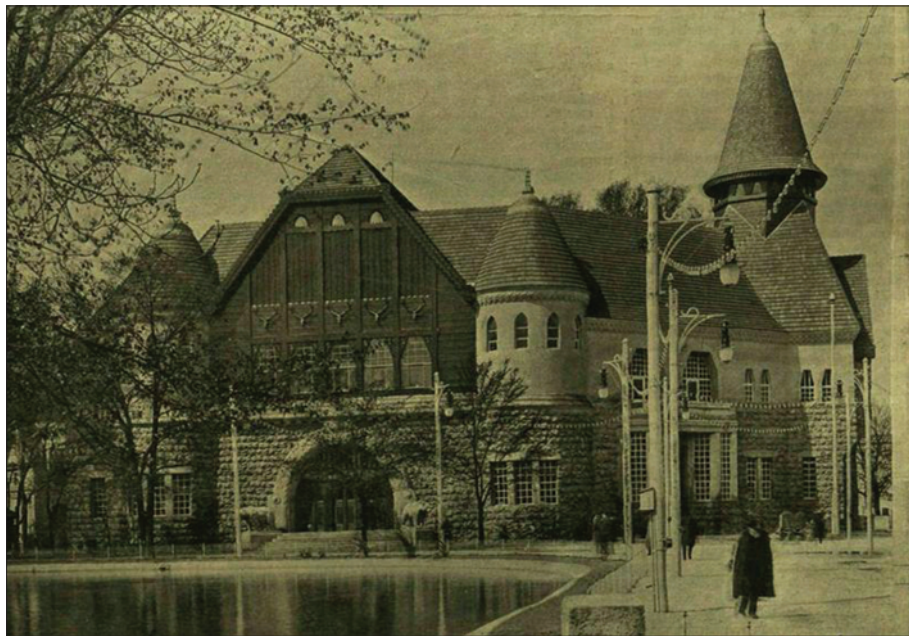
Már az ősember is szép vadászjeleneteket készített barlangjának falára. Igaz, hogy élete függött a vadászat sikerétől vagy kudarcától. Diana istennő a római legendákból maradt ránk, aki a mai napig is a vadászok védőszentje. Gyönyörű vadásztörténeteket találunk a magyar mondavilágban is. A Rege a csodaszarvasról legendában Hunor és Magor a csodaszarvas üldözése közben találja meg az új hazát. Szent Imre herceg tragikus halála is egy vaddisznóhajtáson következett be. Néhány évszázad elteltével a vadászat a nemesség

kizárólagos jogává vált. Az első radikális korlátozó intézkedés II. Ulászló uralkodása idején született hazánkban, amikor a parasztnak, papoknak és tanulóknak megtiltotta a puszkatartást és a vadászatot. A vadászat fénykorát élte Mátyás király uralkodása idején.

1729-ben III. Károly idejében bocsátották ki az első magyar vadászati törvényt, és itt a föld már fontos elemmé vált. 1872-ben új vadászati törvény született, amely már a földtulajdonjog elválaszthatatlan tartozékává teszi a vadászati jogot. A mai értelemben vett vadász kultúra a Kiegyezés idejében vette kezdetét hazánkban. Az 1883-ban kibocsátott vadászati törvényben a vadat „res nullus”-nak, azaz gazdátlan prédának minősítették, amely azt jelenti, hogy amíg a vad él, senkinek a tulajdonát nem képezi, de elejtenie csak vadászati joggal rendelkező egyénnek, ill. minimum 200 kh földterület tulajdonosának lehetett. E a törvénnyel a vadászat és vadgazdálkodás teljes joga a nagybirtokosok kezébe került.

Magyarország első nagyszabású vadászati bemutatkozása az 1910. évi Bécsi Vadászati Világkiállításon (1. kép) történt meg, ahol is hazánk sikeresen az egész világ érdeklődését felkeltenie, mind természeti adottságok, mind vadállomány terén.

A II. világháború utáni időszak nagy változást hozott. A nagybirtokok, uradalmak földjeit szétosztották a parasztság között. Az akkor érvényes



1. kép. A Bécsi Vadászati Világkiállítás magyar pavilonja, 1910.

törvény szerint a vad földtulajdon nélkül senkié, és ebből rengeteg konfliktus adódott, hiszen jogosan merült fel a kérdés: ha senkié, miért ne lehetne mindenkié? A problémát az akkori Földügyminisztérium Vadászati Főosztályának vezetője Szederjey Ákos oldotta meg: felosztotta kis egységekre az ország összes vadászterületét és az ezen való vadászati jogot árverésen a vadásztársaságok kezelésébe adta. A vadászat joga a magyar államra szállt át. Különböző kötelező intézkedések születtek: pl. minden 1730 ha-nyi területre kötelező egy vadőr alkalmazása, a vadászterületek 1/3 részét, mint a mezőgazdaságban a vetésforgónál pihentetni kell a vadállomány védelme érdekében.

A vadkár kérdése és gondja nem mai keletű. Már a 16–17. sz.-ban a Budai Jogkönyv rendelkezik arról, hogy a vad tartója kártérítésre kötelezett, ha az embernek és háziállatnak a vadkárt okozott. Mária Terézia 1741-ben rendeletileg engedélyezte, hogy a jobbágyok földjeiket a vad ellen kerítsék. II. József 1786-ban kiadott vadászati rendelete a vaddisznó tartását csak jól elkerített területen engedélyezte. A megyei hatóságok kötelesek voltak felügyelni arra, hogy a vadat birtoklók túl ne szaporíthassák az állományt. Mindenkinek joga volt a vadat földjéről elűzni, bármely eszközzel, a vadászoknak viszont nem volt joguk vetésekben, szőlőkben hajtást, vagy egyéb károkozó vadászatot rendezni. A terményben keletkezett vadkárt természetben vagy pénzben azonnal meg kellett téríteni. Az 1790–91-es országgyűlés bizottsága 1793-ban megerősítette a fentieket.<sup>3</sup>

Az 1802-ben hozott vadászati szabályozás ugyanígy rendelkezett és megerősítette a megyei hatóságok szerepét a túltartott vadállomány csökkenésében. Kifejezetten vadászati törvényt hosszú szünet után, 1872-ben alkottak Magyarországon, amely a nagyvadakból kiemelten kezelte a szarvas, a dám és a vaddisznó által okozott károkat. 1883-ban módosították a törvényt, a vaddisznót kártékony vadnak sorolva, bárki elejthette birtokán. A külföldiek vadásztatása sem új keletű dolog. Már a két világháború között is voltak talpraesett földbirtokosok, akik, hogy bevételeiket növeljék, eladták vadászataikat. Egyik nagyon kedvelt szórakozása volt az arisztokráciának is. Az uralkodó elit saját vadászterületeket tartott fenn, természetesen megfelelő infrastruktúrával, ahol a külföldi arisztokrácia prominens személyiségeit is gyakran vendégül látták. E vadászatok fő célja tehát elsősorban még a szórakozás volt, de egy-egy vadászaton néha fontos politikai és gazdasági kérdéstről is született döntés. Arról, hogy a diplomáciában milyen fontos szerepe van a vadászatnak HORTHY Miklós a következőket írta „Emlékirataim” című művében: „Vadászatra szóló meghívás olykor a politikában a hivatalos látogatásnál is több eredménnyel jár. Ha az ember szenvedélyes vadászt lát vendégül, szinte magától adódik az

<sup>3</sup> ZSARNAY A.: A vadgazdálkodás és a természetvédelem kapcsolata. 2004.



2. kép. Horthy Miklós kormányzó és Galeazzo Ciano olasz külügyminiszter közös vadászaton (Gödöllő, 1936)

érintkezés feszélyezetlen volta. Ilyen körülmények között a politikai megbeszélés is könnyebbé és nyíltabbá válik, mint egy értekezleten.”<sup>4</sup> (2. kép).

1934-ben megalapították az állami tulajdonú MAVAD-ot (Magyar Vadtenyésztők Kiviteli és Kereskedelmi Rt.), amely kezdetben elsősorban vadkereskedelemmel foglalkozott. 1941 és 1944 között az arisztokrácia képviselői egy jó vadászat reményében gyakran felkeresték a visszacsatolt felvidéki és erdélyi vadászbirtokaikat.

### Vadászat és vadásztatás 1945–1989 között

A vadállományt erősen megviselte a háború pusztítása. A II. világháború után az állam rendeletileg magához vonta mind a vad tulajdonjogát, mind a vadászat jogát, 1957-ben felosztotta az országot 3000 ha-t meghaladó vadászterületekre, de előtte 1950-ben minisztertanácsi rendelettel a termelő kötelességévé tette a vadkár elleni védelmet.

<sup>4</sup> HORTHY Miklós: Emlékirataim. 1990.

1957-ben kötelezővé tették a vadászvizsgát és megalakult a Magyar Vadászok Országos Szövetsége, a MAVOSZ. 1961-ben hozták meg az új erdőtörvényt, amelyben rögzítették, hogy a vad-, és halállomány az állam tulajdona, és a vadászat joga is az államé az ország egész területén. Az 1993/8 (I.30.) FM rendelet kiter a vadászati jogra, annak hasznosítására, valamint a személyi feltételekre is. A politikai rendszer szinte teljesen megszüntette a bérvadásztatás lehetőségét az országban. Az első külföldi vadászok 1956-ban jöttek Magyarországra. Az 1956. évi szeptemberi szarvasbőgésen 25 külföldi vadász vett részt, 28 trófeás vadat ejtettek el.<sup>5</sup> Ezzel az eseménnyel megindult a hazai vadászati turizmus, az ötlet szülőatyja dr. Studinka László volt. A vendégvadászok nagy része Nyugat-Európából, főleg a volt NSzK területéről érkezett. Bár jelentős bevételt biztosítottak a vadászati ágazat részére, a vadászatok döntő többségét még mindig a politikai rendszer elitje élvezte.<sup>6</sup> 1957-ben újra felosztották a vadászterületeket, ekkor 4000 ha-ban állapították meg a minimális területi határt.

Az 1960-as évek elejéig csak az erdő- és vadgazdaságok fogadtak külföldi vendégeket, majd a törvény változott, a vadásztársaságok is elkezdtek a külföldiek vadásztatását, így az ágazat rohamos fejlődésnek indult. A legszebb vadászházaink, vadászkastélyaink ebben az időszakban épültek. Az 1960-as évek végétől egyre több világrekord született magyar földön, a gímszarvas mellett az őzbak- és dámállományunk is a világ élvonalába került, népszerűek voltak a disznó- és apróvadadászatok is.

1971-ben vadászati sikereinek köszönhetően Magyarország kapta meg az első Nemzetközi Vadászati Világkiállítás megrendezésének jogát, amely a magyar vadgazdálkodás és vadászat nemzetközi elismerését jelentette. A világkiállításához más események is kapcsolódtak, mint pl. Nemzetközi Vadászati Tudományos Konferencia, Nemzetközi Természetfilm Fesztivál, Nemzetközi Kutyaállítás, amelyek már nem csak a vadászokat, hanem egy jóval szélesebb réteget érintettek. A kiállításnak köszönhetően megnőtt a kereslet a magyarországi vadászatokra, már nem csak németek, hanem osztrák, olasz, később svájci francia vadászok is érdeklődtek. A fellendülést az 1980-as évek elején egy erőteljes visszaesés követte. A külföldi vadászok megnövekedett igényeit a szolgáltatások színvonalával kapcsolatban az ország nem tudta kielégíteni, s ez időszakban a vadállomány is jelentősen megfogyatkozott.

---

<sup>5</sup> DÉKÁN I.: Kalandozás a vadászat történetében. 1972.

<sup>6</sup> BÁLINT S.: A vadászati turizmus helyzete és fejlesztésének lehetőségei Magyarországon. 2002.

## Vadászat és vadásztatás a rendszerváltástól napjainkig

Újabb fordulatot a rendszerváltás hozott, amely lehetővé tette a monopóliumban lévő „nagy állami „irodák” mellett a magántulajdonú vadászati irodák létrehozását is. Az első években gombamód szaporodtak a vadászszervező irodák, az 1990-es évek elejére azonban teljes káosz alakult ki, mert a megközelítőleg 150 iroda tevékenysége ellenőrizhetetlenné vált. Miután szigorították az utazási irodák – ezen belül a vadászszervező irodák – működési feltételeit, bizonyos mértékig normalizálódott a helyzet. Ekkor fogalmazódott meg az igény egy szövetség létrehozására, amelynek fő feladata a külső piacok figyelemmel kísérése, a nemzetközi kapcsolatok megteremtése, az információnyújtás és a szakmai bizottságok kialakítása volt. Megalakult a magyar Vadkereskedelmi Szövetség, amelyet 1995-ben a Vadgazdasági Termékek és Szolgáltatások Terméktanácsa váltott fel.<sup>7</sup>

A vadkárok rendezésének jogi kereteit 1997. március 1-ig az erdőkről és vadgazdálkodásról szóló, 1961. évi. VII. tv. (EVT.) képezte, mint átfogó szabályozás, amelyben – többek között – a vadkárok megfizetésének rendjéről is történt intézkedés. E jogforrás több mint 36 évig hatályos volt, s ezt módosították 1970-ben, majd 1981-ben, 1990-ben, 1992-ben, 1994-ben, és végül 1995-ben azért, hogy az évek során megváltozott társadalmi igényeket, politikai és gazdasági követelményeket valamelyest követni lehessen. Az erdő és vadgazdálkodás gazdasági feltételeiben, az erdő és a mezőgazdasági birtokviszonyokban az utóbbi évek során bekövetkezett változások miatt már 1988–89-ben, a rendszerváltást közvetlenül megelőző időkben is napirendre váró kérdés volt az újabb átfogó törvényi szabályozás. Végül 1996. június 18-án megszületett a természet védelméről szóló 1996. évi LIII., és az erdőről és az erdő védelméről szóló törvény társaságában, az 1996. évi LV. törvény, a vad védelméről, a vadgazdálkodásról, valamint a vadászatról szóló új átfogó törvényi szabályozás.<sup>8</sup> Ez a törvény jelentősen módosította a vadásztársaságokat, új vadászterületek jöttek létre és régiak olvadtak össze vagy tűntek el örökre. A vadásztársaságok 10 éves üzemtervet készítettek.

Önmaguk fenntartása érdekében a sportjellegű megelőzi a gazdasági tevékenységük. Az érvényes jogszabályok és a belső szabályozás arra kötelezi őket, hogy nyereségüket a vadgazdálkodás fejlesztésére fordítsák, jövedelmüket más célra nem használhatták fel. A törvénynek köszönhetően szakszerű vadgazdálkodással sikerült egy világszínvonalú vadállományt és vadgazdálkodást megteremteni. Elismerésünkként 2000-ben hazánkba, Budakeszire költözött a Nemzetközi Vadvédelmi Tanács (CIC) központja, amely nagyszerű reklámja lett a hazai vadászszervező irodáknak, hiszen a CIC tagság olyan

<sup>7</sup> BÁLINT S. i.m. 2002.

<sup>8</sup> KLÁTYIK J.: Nemzeti kincsünk, a vad. 2003.

üzletembereket is tömörít, akik nemcsak a vadászatban, hanem a nemzetközi gazdasági és politikai életben is meghatározó szerepet töltenek be.

2002-ben megalakult a Budapesti Agrárkamarán belül a Vadászatszervező Irodák Osztálya, hogy közösen képviselhessék a vadászvendégek, a területek és saját érdekeiket. 2003. január 1-jén a MAVAD beszüntette vadászatszervező tevékenységét. A 2002–2003 évi szezonban árkartell gyanúja merült fel közel 34 vadászatszervező iroda közreműködésével. Az eljárás alatt kb. 20 vállalkozásnak, ill. szervezetnek kellett beszámolni az elmúlt évekbeli árpolitikájáról, 4 irodát marasztaltak el, 1–5 millió forintos pénzbüntetés megfizetésére kötelezte őket a Versenyhivatal.

A 79/2004. (V.4.) FVM rendelet 2006. évi módosításával kaotikus állapotok kezdtek eluralkodni a rendelet félreértelmezésének következtében. A rendelet szerint, ha a vadászatra jogosult a vadászati szolgáltatás mellé csak egyféle szolgáltatást nyújt (pl. szálláshelyet biztosít, de étkezést nem ad), akkor nem kell vadászatszervező irodával szerződnie. A vadásztársaságok és a vadászati ügynökök a vadászatszervező irodákat megkerülve azonban komplex vadásztatásokat kezdtek szervezni vadászati jogukra hivatkozva, amely csomagszolgáltatásokra hivatalosan engedélyük nem volt. Ez a beutaztató, vagyis külföldi vadászokat hazánkban vadásztató vadászati turizmusra jellemző szomorú állapot a mai napig is fennáll. A vadászatszervező irodák többszöri próbálkozására sem sikerült ez ideig elérni, hogy a rendelet mindenki számára egyértelművé tegye a vadásztatás feltételeit.

A kiutaztató, vagyis magyarokat külföldön vadásztató cégek esetében a változás pozitív: a kínálat egyre szélesebb, a szervezés egyre színvonalasabb és biztonságosabb. A 2008–2009. évi gazdasági világválság, a vulkáni por miatt lezárt repülőterek az őzbakszezon közepén, a H1N1 vírus feltűnése érzékenyen érintette a vadászati turizmus résztvevőit is. A bejelentkezett csoportok átlagosan 60%-a indulás előtt néhány nappal mondta le az utazást a fent említett okokra hivatkozva általánosan, amely nagy visszaesést eredményezett a bevételekben. Néhány iroda, például a Hódiana, nem tudta kivárni a válság végét, be kellett, hogy zárjon. A vadászati turizmus is kilábal lassan a válságból, bár a vadászatszervező irodák, akik a magyar minőségi turizmus egyik vezető ágazatát képviselik, nem részesülnek semmiféle állami támogatásban, mivel túlságosan speciális szolgáltatónak számítanak.

A Vadászati Lexikon szerint a vadászati turizmus jelentése: „vadászati céllal történő utazás külföldre”.<sup>9</sup> Ez a meghatározás napjainkra érvényét veszítette, mivel a vadászatszervezők belföldi vadászoknak is kínálnak szervezett vadászatokat Magyarország egész területére. A vadászatot az őskorban a zsákmányszerzés kényszere és a szükség hozta létre. Napjainkra a kényszer és a szükség háttérbe szorult, megváltozott a „zsákmány” fogalmának tartalma is,

<sup>9</sup> SEILMEIER G.: Vadászati lexikon. 1997.

hiszen a ma emberének igazi zsákmánya az élmény. A vadászat ma az ember és a természet viszonyának sajátos megnyilvánulása, amelynek végső célja az élményszerzés. A fő motiváció a vad megfigyelése, elejtése és a biológiai egyensúly fenntartásának elősegítése. Az utazás során a vendég célja a vadászat, de emellett igyekszik kikapcsolódni, testileg, szellemileg regenerálódni.

### **A vadászati turizmus helye a magyar idegenforgalomban**

A turizmus olyan sajátos gazdasági ágazat, amelynek fejlesztése egyszerre több gazdaságstratégiai cél elérését segíti elő. Ezek az általános gazdasági hatások azonban csak akkor érvényesülhetnek Magyarországon, ha a hazai turizmus egyre inkább az igényesebb termékekkel versenyző, minőségi turizmus felé fordul. A kínálat szerkezetét úgy kell átalakítani, hogy a magyarországi turizmus jelenlegi helyzetéből egy kisebb vendégszámmal, ám nagyobb fajlagos bevétellel jellemezhető irányba mozduljon el. A vadászat, különösen annak a külföldiek által gyakorolt, keresett és megfizetett formája a megfelelő szakmai hozzáértés révén minden oldalról megfelel az előzőekben említett feltételeknek. A turisztikai kínálatban nem jelenik meg a vadászat, mint tevékenység teljes köre. A potenciális résztvevők számára (vadászvendég, kísérők, érdeklődők) a vadászturizmus az elejtésen kívül a vaddal való találkozást, a vad jelenlétének sejtését, a vadászat izgalmát kínálja.

A vadászturizmus kínálata és a kereslet is speciális, igénybevétele sok feltételhez kötött, szűk befogadóképességű, szezonális, „rögtön” nem igénybe vehető, nem tömegturisztikai kategória. A vadászat exkluzív turizmus, ennek megfelelően a magas diszkrecionális jövedelemmel rendelkező turisták fajlagos költsége átlagon felüli. Résztvevői általában 3–5 napot töltenek el attól függően, hogy nagy- vagy apróvadra vadásznak. Az eladásra szánt fő termékelem a vad, elsődlegesen a trófea, másodlagosan a vadhús. Jellemzője, hogy egyedi, a piacon nem állítható elő hasonló áru, vagyis nincs helyettesítő terméke. A rendelkezésre álló kínálat felülről korlátozott, hisz nem lehet káros ökológiai hatások nélkül nagy mennyiségű vadat kilőni.

### **A vadászati turizmus hatásai**

Speciális érdeklődési köréből és a részvételi díjak viszonylagosan magas költségszintjéből adódóan a vadászati turizmus csak kis szegmensét adja az általános turisztikai bevételeknek. Ennek ellenére jelentősége nem elhanyagolható. A vadászturizmus a minőségi turizmus része, hiszen bizonyos anyagi forrásokat, feltételeket is megkövetel a vadásztól. A vadászati turizmus bizonyíthatóan egy olyan sokoldalú hatással járó, aktív szabadidős tevékenység, amely

nemzetközi bevételi keresletet gerjeszt, igen magas fizetőkészséggel társul, bevételeivel effektív devizát hoz, „láthatatlan” és valós exportot egyaránt jelent. A vadgazdálkodási ágazatot életképessé, nyereségessé teszi, visszatérő vendégkört biztosít, összekötő gazdasági kapocs a turizmus és a mező- és erdőgazdaság között.

Az átlagnál magasabb jövedelmű külföldiekre épít, ráépül a hazai turisztikai kínálatra és így szerves része az aktív idegenforgalmunknak. A vadászturisták fajlagos költsége magas, az „átlagos” turistánál 20-szor többet is hajlandóak az országban elkölteni. Bár a vadászati idényekből adódóan érvényesül a szezonális, az év nagy részében mégis lehetőség van e hobbi gyakorlására. Ráadásul a vadászszезон nagy része nem nyárra esik, vagyis kibővíti a turisztikai szezont. A magyarországi vadászatok iránt érdeklődő turista a vadászati irodák szervezésében jut el az őt kiszolgáló vadászterületre. A vadászszervező közvetítői tevékenységet folytat a vadászatra jogosult terület, vagyis a kínálati oldal és a vadász, mint keresleti oldal képviselője között. A vadászati tevékenységből adódóan minden iroda speciális és kötelező jellegű szolgáltatásokat is bonyolít. Az elmúlt években a hazai vadászati turizmusnak gazdasági, társadalmi-kulturális és környezeti hatásai egyaránt muttakoztak.

#### a) Gazdasági hatások

A mezőgazdasági termelésben nem tartható területeken a vadászat és vadászturizmus jelentős bevételi forrást jelenthet. Számos tapasztalat jelzi, hogy a természetszerű erdőgazdálkodás és az ahhoz kapcsolódó vadgazdálkodás bevételei és a nyereség szintje meghaladja az adott területeken korábban végzett mezőgazdasági tevékenység eredményességét. A vadászati turizmus a gazdaság egészét élénkíti, termelési, foglalkoztatási és jövedelmi multiplikatőr hatása számottevő. Mind minden turisztikai ág esetében effektív nem a tárgyasult termékek eladótól a vevőhöz való szállítása valósul meg, hanem a fogyasztó utazik a termékhez. A turisztikai szolgáltatás csak úgy jöhet létre, ha a fogyasztó (azaz a látogató vagy turista) jelen van a szolgáltatás színhelyén az adott pillanatban. Ez egyben bizonytalansági tényezőt is jelent, hiszen a fogyasztó maga is része a szolgáltatás-nyújtási folyamatnak, viselkedése befolyásolja a termék minőségét.

A vadászati turizmus, mint exporttevékenység vizsgálatában azt is figyelembe kell venni, hogy a turisztikai termékek iránti kereslet általában szezonális és rendkívül érzékenyen reagál előre nem látható és viszonylag kevésbé befolyásolható változásokra.<sup>10</sup> A szabadidős turizmusban résztvevők célja elsősorban a kikapcsolódás, az hogy jól érezzék magukat, tehát nem kívánnak olyan helyekre utazni, ahol pl. háború vagy járvány veszélyének vannak kitéve, jó példa erre sajnos a H1N1 vagy a madárinfluenza megjelenésével párhuzamosan visszaeső

<sup>10</sup> Puczkó L.–RÁTZ T.: A turizmus hatásai. 2001.

beutaztató vadásztatás, és befolyásolják a turisztikai keresletet az EUR-HUF és az USD-HUF ingadozások, ill. a természeti katasztrófák is. Az izlandi vulkán-kitörésnek köszönhetően a repülővel érkező vadászok nem tudtak elindulni, s mivel a szabadságukat erre az időszakra már kivették, a vadászatot nem tudták elhalasztani. A legutóbbi vörös iszap katasztrófa is sok vadászt visszatartott hazánktól, akik a negatív nemzetközi hírverésből kiindulva országos méretű ökonómiai katasztrófától tartottak, s így féltették az egészségüket.

A vadászati kínálat szezonalitása párosul a szolgáltatás el nem raktározhatóságával, ezért a vadászati turizmus egyes résztvevőinek a vadászati szezon ideje alatt kell megteremteni az egész éves nyereséget. Ez elsősorban az erdőgazdaságok és a vadásztársaságok esetében jellemző, akik az élő vad befogáson kívül komolyabb profitra csak a bérvadásztatásból számíthatnak.

#### b) Társadalmi-kulturális hatások

A vadászati turizmus társadalmi és kulturális hatása a helyi lakosok, helyi szervezetek, vállalkozások életminőségében bekövetkezett változáson mérhető le. A társadalmi-kulturális hatásokat nagymértékben meghatározza a helyiek és az oda látogató turisták közötti kulturális távolság és a turizmus fejlettségének szintje. A vadászati turizmus jelentős hatással lehet a munkaerőpiacra, a közösség jellemzőinek változására, az egyénekre és a családokra, valamint a kulturális erőforrásokra, pl. a kulturális örökség iránti büszkeség feleledését eredményezheti, amikor a lakosok látják a turisták érdeklődését és csodálatát a helyi értékek iránt. Az idegen nyelvek iránti vonzalmat is erősítheti, az igényt e nyelvek elsajátítására.

#### c) Környezeti hatások

A környezeti hatások több szempont szerint tovább csoportosíthatók, amely alapján e hatások lehetnek:

- helyiek, ill. globálisak,
- visszafordíthatók és visszafordíthatatlanok,
- közvetettek és közvetlenek, valamint
- pozitív és negatív hatások.

A gazdasági hatásokkal ellentétben a környezeti hatások közül általában a negatívakat tulajdonítják a turizmusnak. A vadászati turizmus azonban előnyös is lehet a környezetre, mert védett területek kialakítását eredményezi (pl. disznós kertek). Hozzájárul a környezettudatosság terjedéséhez mindkét oldal – vendégvadász és helyi lakosok – részéről. Elősegíti a természeti értékek felismerését – mitől szép a téli erdő vagy szántás? Elősegíti a közvetlen környezet megtisztulását, mivel a helyiek felismerve, hogy a turisták a tiszta helyeket részesítik előnyben, jobban odafigyelnek környezetükre, bár néha pont az ellenkezője is megtörténhet: mi magyarok szoktatjuk rá a külföldi vadászt, hogy ne dobálja el a lőszeres dobozt a szántásban. A bérvadásztatás ösztönzi a helyi infrastruktúra fejlődését is, vadászboltok nyitását, helyben

készült termékek árusítását (pl. libatoll párna, kikészített vadászór vagy trófea), nyelvviskolák létrejöttét. A helyi lakosság és a turizmus kapcsolatát, a helyiek viselkedését leggyakrabban Doxey irritációs indexével jellemzik. Az irritációs index elmélete abból indul ki, hogy mint minden változás, a turisták számának növekedése és jelenlétük feszültségforrást jelent a helyi lakosok számára.<sup>11</sup>

Doxey szerint a helyiek attitűdváltozása négy szakaszra osztható: kezdetekben a turisták alacsony száma, és a felfokozott várakozás pozitív attitűdöt eredményez (eufória), majd az idő előre haladásával és a turistaszám növekedésével az apátián és az irritáció szakaszán keresztül az antagonizmusig jut.

Az eufória szakaszában a hagyományos vendéglátás jellemzi a turista és a helyiek kapcsolatát, a helyi közösség érdeklődéssel fogadja a turistákat és a befektetőket is.

Apátia jellemzi a helyieket, amikor a turisták száma már megnövekedett, a turizmus mindennapjaik részévé vált és személyes kapcsolat ritkán alakul ki az érdekeltek között. Az irritáció szakaszában a turisták nagy száma, valamint a negatív hatások zökkentik ki a helyieket, és ellenérzéseket szülnek. Az utolsó szakaszban a helyiek viselkedése már ellenséges, és az eufória kezdeti minden pozitív változást a turizmustól váró érzése helyett a turizmust okolják minden bajért.

Mivel a vadászati turizmus esetében minőségi turizmusról beszélünk, amely nem vonz nagy tömegeket egyszerre egy adott célterületre, az eufória, maximum az apátiás viselkedés jellemző a helyi lakosokra. Laikusok gyakran vádolják meg a vadászatszervező irodákat, hogy a nagy profit reményében „letarolattják” vendégeikkel a teljes vadállományt az egyes területekről. Ez nem lehetséges, hiszen a rendelkezésre álló vadkínálat felülről korlátozott, a vadászterület azonnal bezár, ahogy a vadászok teljesítik az éves szinten megállapított vadkvótát. A hazai vadászati turizmus erősségeinek, gyengeségeinek, lehetőségeinek és veszélyeinek legkönnyebben áttekinthető, teljes körű értékelését az alábbi SWOT-elemzés segíti elő (1. táblázat).

### **Javaslatok a magyar vadászat versenyképességének fokozására**

A marketig eszközök központi eleme a termék vagy szolgáltatás, amely komplex módon a kínálatban jelenik meg. A magyarországi vadászati turizmus megköveteli egy teljes körű fejlesztési program létrehozását. A termékfejlesztés 2004-ben a GKM Turisztikai Hivatalától a Magyar Turizmus Rt-hez került. Az elvárt élmény: viszonylag rövid tartózkodási idő alatt eredményes vadászat, alapos és teljes körű vadászati szolgáltatás, kényelmes és a vadászterülethez közeli szálláshely, gördülékenység. A vadászati infrastruktúra, a vadászatszer-

<sup>11</sup> Puczó L.–Rátz T.: A turizmus hatásai. 1998.

1. táblázat. A magyarországi vadászati turizmus SWOT-elemzése

Erőségek (S)	Gyengeségek (W)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Értékes, európai élvonalban jegyzett vadállomány</li> <li>- Természeti szépségek, kiemelt természeti vonzerő</li> <li>- Nagy, egybefüggő vadászterületek</li> <li>- Kiváló minőségű trófeák</li> <li>- Világszínvonalú, tradíciókkal rendelkező vadászati kultúra</li> <li>- Magas szintű vadgazdálkodás</li> <li>- Íjas, ragadozó madaras vadászat</li> <li>- Kedvező geopolitikai helyzet</li> <li>- Vendégszeretet</li> <li>- A magyar konyha, gasztronómiai különlegességek</li> <li>- Bevezetett piac</li> <li>- A vendégvadásztatás sok éves hagyománya</li> <li>- A vadászati eredmény nagy biztonságú garantálása</li> <li>- A minőségi vadászati szolgáltatásokkal magas fizetőképes kereslet célozható meg</li> <li>- Kedvező ár-érték arány az EU-országokhoz képest</li> <li>- Magasan kvalifikált szakemberek</li> <li>- A vadászhozak megfelelő infrastruktúrája</li> <li>- Egyes szolgáltatások viszonylag magas színvonalra</li> <li>- Egyéb, kiegészítő turisztikai látványosságok, programok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Magyarország tényleg vadászati nagyhatalomnak számít-e még 2013-ban is?</li> <li>- A társadalom „vadász-ellenessége”</li> <li>- Konfliktushelyzet a természetvédelemmel</li> <li>- Engedélyekhez való kötöttség, nehézkes hivatali ügyintézés</li> <li>- A nyelvtudás hiánya</li> <li>- A vadászatot szolgáló gépkocsipark átlagosan rossz színvonalra</li> <li>- Vadgazdálkodási nehézségek</li> <li>- A versenyelőny kihasználásának alacsony hatékonysága</li> <li>- Alacsony színvonalú marketingtevékenység</li> <li>- Információhiány</li> <li>- Komplex csomagajánlatok szűkössége</li> <li>- Belső konkurenciaharcok</li> <li>- A társadalom egyetlen szintjének érintettségé</li> <li>- A kereskedelemi létesítmények, szolgáltatások alacsony minősége</li> <li>- Bizonyos régiókban a megfelelő színvonalú szálláshelyek hiánya</li> <li>- Nehéz megközelíthetőség Kelet-Magyarországon, infrastruktúra hiánya</li> </ul>

1. táblázat folytatása

Lehetőségek (O)	Veszélyek (T)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- A szabadrendelkezésű, diszkrecionális jövedelem növekedése</li> <li>- A minőség fokozott szerepe és annak értéke az Európai Unióban</li> <li>- Új kereslet megjelenése (természet-megfigyelés, fotózás, gasztronómia, hagyományok)</li> <li>- A hagyományos turizmus szempontjából a holt szezonban való versenyképesség</li> <li>- A vidékfejlesztésben való meghatározó részvétel</li> <li>- A turisztikai kereslet szegmentációja, speciális igények kielégítése</li> <li>- A solymászat és ijászat népszerűsítésének növekedése</li> <li>- Vadgazdálkodásunk és a hozzá kapcsolódó szolgáltatások színvonalának fejlődése</li> <li>- A nagyvadás, egybefüggő élőhelyek további csökkenése Európában</li> <li>- Új piacok keresése és meghódítása</li> <li>- A marketingtevékenység hatékonyságának növekedése</li> <li>- Internetes információnyújtás</li> <li>- Film a magyar vadászat hagyományairól, összefoglaló kiadványok, térképek megjelenése</li> <li>- Turisztikai irodák számának növekedése</li> <li>- A vadászat és a vadászati turizmus marketingjének bővülése</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A természeti környezet folyamatos romlása, a vadállomány csökkenése</li> <li>- Védetté nyilvánított területek megnövekedése</li> <li>- A vadászat társadalmi támogatottságának visszaszorulása, a vadászellenesség növekedése</li> <li>- Nem megfelelő vadgazdálkodás</li> <li>- Természeti katasztrófák okozta károk</li> <li>- A vadászható fajok körének csökkenése</li> <li>- Magán vadászirtokok létrejötte</li> <li>- Állategészségügyi problémák lehetséges megjelenése</li> <li>- Orvvadászok okozta egyre súlyosabb károk</li> <li>- Természet- és állatvédő mozgalmak erős propagandája teljesen átalakíthatja a vadászturizmus iránti keresletet</li> <li>- A törzsvendégek kiöregedése, számuk csökkenése</li> <li>- A vadászturizmus ágazati ösztönzése elmarad, központi marketing továbbra sincs</li> <li>- A vadászati turizmust továbbra sem segíti a VM</li> <li>- A turisztikai fejlesztésekre szánt forrásokból nem jut elég pénz a vadászati turizmus fejlesztésére</li> <li>- A tróféakra kivetett 27%-os ÁFA elriasztja az amúgy is ár-érzékeny vadászokat</li> <li>- A közel azonos kínálattal rendelkező szomszédos országok megjelenése és megerősödése a piacon</li> <li>- Európai gazdasági recesszió elhúzódása</li> </ul>

vezés, a kereskedelmi szállásférőhelyek, az ehhez kapcsolódó vendéglátás és egyéb szolgáltatások, amelyek összessége hozza létre a turisztikai terméket, fejlesztése időszerű.

A vadászat, mint termék fejlesztésének lehetőségei:

– Az apróvad-állomány természetes élőhelyének biztosítása (pályázatok segítségével).

– A szántóföldi művelésből kikerülő területek új vadászterületekké fejlesztése, azon művi vadászati létesítmények létrehozása.

– A hazai nagyvad-állomány elsősorban minőségi átalakítása, az európai versenyelőny hosszú távú biztosítása.

– Meglévő vadászházak fejlesztése, újak létesítése.

– A vadászati turizmus új profiljaként a természet megfigyelését, a vad-megfigyelést lehetne turisztikai termékévé fejleszteni. A vadak megfigyelése, fotózása jövedelemteremtő részévé válhat a vadgazdálkodásnak is. Hasonló kezdeményezések, elsősorban 8–14 éves gyerekek részére, már történtek többek között a Gemenci Ökoturisztikai Iroda részéről.<sup>12</sup>

A vadászati turizmus terméke megfoghatatlan, így kockázatos. A termék átélése szubjektív. A vadászatszervező vállalkozások termékpolitikáját a következők jellemzik:

– a magyar vadász kultúra turisztikai attrakciónak alakítása,

– vadászati kiállítások, versenyek, vadászati múzeumok működtetése,

– vadasparkok létrehozása,

– vadászati információs központ létesítése,

– vadászati örökségünk programjai (gasztronómia, képzőművészet, zene, irodalom),

– vadászati felszerelések kereskedelme: fokozni kell a kommunikációt a szaküzletek és a vadászatszervezők között. Jellemző, hogy a turista nem szokott még hozzá, hogy a vadászati felszerelések kínálata már hazánkban is bőséges,

– a vadászati élménycsomag teljessé tétele, a vadászatok időtartamának megnövelése,

– a bérvadászok vadászati szezonon kívüli visszatérését elősegítő programok létrehozása és kiejánlása,

– vadászatszervezői szolgáltatások bővítése.

Mindezek alapján a fenti tanulmányban szerettük volna körvonalazni azon turisztikai tendenciák fejlődési lehetőségei közül hazánk számos komparatív előnyét hordozó vadászturizmus főbb összefüggéseit. Természetesen számos további összefüggés elemzése szükséges a kép szélesítéséhez. Bízunk viszont abban, hogy e rövid áttekintésünkkel sikerült felkeltenünk az érdeklődést e csodálatos természeti értékünk, a vad, és ezen keresztül a vadászturizmusban rejlő lehetőségek iránt.

<sup>12</sup> A Gemenci Ökoturisztikai Iroda programtervezete. 2009.

## IRODALOM

- 7 százalékkal több turistaérkezés világszerte. – Turizmus Panoráma Bulletin, 2010.09.03.
- BÁLINT S. 2002. A vadászati turizmus helyzete és fejlesztésének lehetőségei Magyarországon. – ANAS Kft. Budapest, 26 p.
- DÉKÁN I. 1972. Kalandozás a vadászat történetében. – Magvető Kiadó, Budapest, 350 p.
- HORTHY Miklós: Emlékirataim. – Európa Kiadó, Budapest, 1990.
- KLÁTYIK J. 2003. Nemzeti kincsünk a vad. – INGA-VGSZI Kiadó, Pécs.
- Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia 2005–2013. – Magyar Turizmus Zrt., Budapest.
- Országos Vadgazdálkodási Adattár – Szent István Egyetem, Gödöllő.
- PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 1998. A turizmus hatásai. – Kodolányi János Főiskola – Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Budapest, 491 p.
- PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 2001. A turizmus hatásai. – Aula, Budapest.
- PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 2000. Az attrakciótól az élményig. – Geomédia Szakkönyvek, Budapest.
- SEILMEIER G. 1997. Vadászati lexikon. – Méliusz, Debrecen.
- Vadász etikai kódex. 1998. – VKE Etikai Bizottsága, Magyar Vadászlap 1.
- WTO-IPU 1989. Hágai Nyilatkozat. – Idegenforgalmi Közlemények 4.
- ZSARNAY A. 2004. A vadgazdálkodás és a természetvédelem kapcsolata. – Kézirat, Budapest.

## **Az e-kereskedelem földrajzi dimenziói Magyarországon**

KOVÁCS ANDRÁS<sup>1</sup>

### **Geographical dimensions of e-commerce in Hungary**

This study analyses the geographical characteristics of e-commerce. Two main processes can be identified in an e-commerce transaction (in the B2C-sector): first a digital information exchange takes place, then the product gets to the customer in the real (geographical) space – the cyberspace and geographical space “overlap” each other. With this empirical research I want to highlight that some elements of e-tail transactions are determined by the real geographical space customers send their order from, by the channel through which the product reaches the address, and by the socioeconomic environment in which the transaction takes place. This survey-based research may contribute to the deeper understanding of this complex process, by analyzing e-tailing habits of Hungarian inhabitants living in the capital and in the countryside.

**Keywords:** e-commerce, spatial difference, customer habits, traditional retail trade

### **Bevezetés**

A 2008-ban kezdődő gazdasági válság óta a hazai kiskereskedelem szereplőinek kettős kihívással kell szembenézniük. Egyrészt a krízis éveiben (és napjainkban is) jelentős mértékben csökkent a kiskereskedelmi forgalom (volumenindexe még 2012-ben sem érte el a 2005. évi szintet, értéke az egyes hónapokban a 2005. évi szint 75–95%-a között mozgott a KSH adatai szerint). Másrészt a kiskereskedelmi piac, ill. a vásárlási szokások gyorsütemű átalakulásának vagyunk tanúi az e-kereskedelem megjelenésével és elterjedésével. 2012-ben a teljes kiskereskedelmi forgalom közel 3%-át, 177 mrd Ft-ot is meghaladta az elektronikus kereskedelem hazai piaci részesedése, miközben 2005-ben ez az érték alig 20 mrd Ft volt ([www.enet.hu](http://www.enet.hu)). Ezek az adatok azonban még nem mutatják a 2013-ban történt jelentős piaci változásokat: ebben az évben több hazai élelmiszer-kereskedő indította el on-line értékesítési felületét. A Tesco és a CBA egyaránt elindította webboltját, a [www.amazon.com](http://www.amazon.com) szintén 2013-ra tervezi a magyar értékesítésének megindítását. A fenti néhány markáns adat

<sup>1</sup> Tanszékvezető főiskolai docens, Edutus Főiskola, Tatabánya.

jelzi, hogy a 2010-es évtized az on-line értékesítés elterjedésének időszaka lesz, ahogy az 1990-es évek a bevásárlóközpontok és hipermarketek expanziójának korszaka volt hazánkban.

Az új kiskereskedelmi folyamatok számos érdekes és fontos kérdés megválaszolását teszik szükségessé. A 19. sz. elejének kiskereskedelme egy korábban nem létező „dimenzióval” bővült. A kibertér fogalma az 1980-as években még csak William Gibson sci-fi regényében (*Neurománc*) „létezett”, napjainkra azonban a társadalmi és gazdasági interakciók fontos „terévé” vált. A vállalatok és a társadalom tagjai mindennapi működésének elengedhetetlen része a kibertér, amelynek az elmúlt 20 évben tapasztalt exponenciális növekedése és fejlődése a kiskereskedelmi folyamatokat is virtualizálta, gondoljuk csak az elektronikus fizetésre, a kereskedelmi vállalatok on-line kommunikációs tevékenységére (honlapok, közösségi média megjelenés, blogok stb.), vagy éppen az on-line értékesítésre (e-kereskedelemre). Utóbbi az elmúlt évek adatai alapján olyan nagyságrendű változást hoz a kiskereskedelemben, mint az 1900-as évek második felében a bevásárlóközpontok világméretű elterjedése, ezért kutatása tudományos, gazdasági és társadalmi szempontból egyaránt érdekes és fontos.

### A kibertér megjelenésének hatása a kiskereskedelemre

A kibertér kialakulása és fejlődése tetten érhető az áruértékesítés folyamatában. Az 1990-es években több szerző a „távolság haláláról” beszélt (COUCLELIS, H. 1996), amelyet a technológia fejlődésével magyaráztak. Mára azonban világossá vált, hogy a szállításban és az ITC-szektorban megjelenő innovációk nem a „távolság halálát” okozzák, hanem – az emberiség történetében először – a különféle humán tevékenységek térbeli és időbeli dezintegrációjához vezetnek (COUCLELIS, H. 2004). Napjainkig meg volt a helye és ideje egyes tevékenységeinek, adott időt töltöttünk a munkahelyeinken, iskolában, vagy éppen bevásárlással egy kereskedelmi központban. Ma ezek a tevékenységek sok esetben időben és térben nem a tradicionális mintát követik: távmunkát végzünk otthonunkból, sok esetben nem 8–16 óra között, hanem éjszaka; nem ülünk be az iskolapadba, az előadásokat könyvtárban, vagy éppen egy parkban ülve hallgatjuk meg a táblagépünk segítségével. Bevásárlásainkat sem feltétlenül egy bevásárlóközpontban kell végeznünk, hanem otthonról, egy vagy több webáruház kínálatában böngészve választjuk ki a számunkra szükséges termékeket.

A nemzetközi szakirodalomban napjainkig számos kutatási eredmény született, amelyek különféle aspektusból ragadták meg a fogyasztói (vásárlói) magatartás, valamint a kiskereskedelmi szektor átalakulásának különféle térbeli vonatkozású jellegzetességeit. COUCLELIS rámutatott, hogy a kiskeres-

kedelmi értékesítési folyamat három szakaszának, nevezetesen a *vásárlás előtti* cselekvések (pl. információgyűjtés, a termék megismerése stb.), a *vásárlás és a vásárlás utáni* tevékenységek (pl.: csere, reklamáció stb.) egyaránt végezhető az adott földrajzi helyhez kötötten (az üzletben), vagy attól bármilyen távolságban (1. táblázat).

1. táblázat. A vásárlási folyamat helyi és távoli lehetőségeinek alternatívái

Alternatívák	Vásárlás		
	előtt	alatt	után
1.	helyi		
2.	helyi		távoli
3.	helyi	távoli	
4.	helyi	távoli	helyi
5.	távoli	helyi	
6.	távoli	helyi	távoli
7.	távoli		helyi
8.	távoli		

Forrás: COUCLELIS, H. 2004. alapján szerk. Kovács A. 2013.

A fogyasztók vásárlói magatartását, vagyis azt, hogy milyen – COUCLELIS alapján *helyi* vagy *távoli* – értékesítési csatornán keresztül szerzik be a kívánt termékeket, számos tényező befolyásolja. FARAG, S. és szerzőtársai empirikus kutatással bebizonyították, hogy az USA-ban élők, ill. a holland vásárlók on-line és hagyományos csatornákon történő vásárlói magatartását demográfiai-társadalmi, térbeli, valamint viselkedésbeli tényezők egyaránt befolyásolják (pl. kor, nem, végzettség, jövedelem, az üzletek elérhetősége, a „digitális” írástudás, a termékek személyes megismerésének eltérő igénye stb.) (FARAG, S. *et al.* 2006).

Az e-kereskedelem előretörésének jele, hogy a Bevásárlóközpontok Nemzetközi Tanácsa (International Council of Shopping Centres, ICSC), már 2000-ben kutatócsoportot bízott meg az e-vásárlások és a hagyományos vásárlások sajátosságainak feltérképezésével (SOYEON, S. *et al.* 2000). A vizsgálat során három vásárlási módot azonosítottak (1. dominánsan on-line, 2. elsősorban hagyományos, 3. a kettő keveréke), és azt elemezték, hogy amelyek azok a termékkategóriák, vásárlási motivációk, amelyek az első, második vagy harmadik típusú vásárlási magatartást indukálják. Az elemzés egyebek mellett rámutatott arra, hogy az e-kereskedelem különösen bizonyos árucsoportok esetében jelentős hatást gyakorolhat a hagyományos értékesítésre. Hasonló megállapításra jutott WELTEVREDEN is, aki rámutatott, hogy a hagyományos kereskedőknek stratégiai megoldást kell találniuk a változó vásárlói magatartásra, bizonyos esetekben maguknak is részt kell venniük az on-line értékesítésben (WELTEVREDEN, J.W.J. 2007).

Az on-line értékesítés üzleti stratégiába való integrálását emeli ki a Pricewaterhouse Coopers is egy viszonylag friss tanulmányában (Pricewaterhouse Coopers, 2012). Ebben a szerzők a többcsatornás (*multi-channel*) on-line értékesítés fontosságára hívják fel a figyelmet, jelezve azt, hogy a fejlett országok vásárlóinak meghatározó része vásárolt már on-line, és jelentős részük rendszeresen vásárol e-kereskedelmi csatornák igénybe vételével.

### **A hazai kiskereskedelem területi dimenziói a digitális korban**

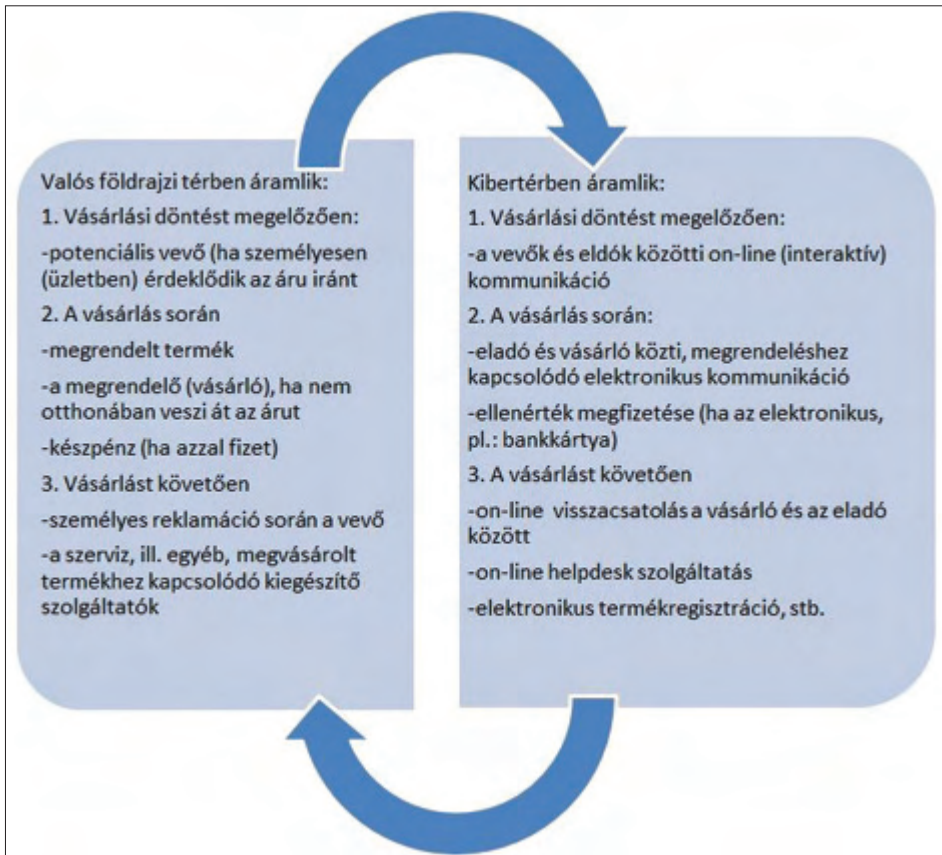
A magyar kiskereskedelem területi jellegzetességének kutatása elsősorban a hazai regionális tudomány művelőiehez kötődik. A kutatási témák között a kiskereskedelem területi fejlődése (SIKOS T.T. 2000; TİNER T. 2009), a bevásárlóközpontok vonzáskörzet-elemzése (SIKOS T.T.–HOFFMANN I.-NÉ 2004), és a velük szemben meglévő fogyasztói attitűdök vizsgálata (SIKOS T.T.–HOFFMANN I.-NÉ 2012), a városok kiskereskedelmének fejlődése (NAGY E. 2007), valamint a határ menti kiskereskedelem (KOVÁCS A. 2010; TÖMÖRI M. 2011) állt az elmúlt években a vizsgálatok középpontjában.

A hazai kereskedelmi kutatások eddig kevés figyelmet fordítottak az elektronikus kereskedelem területi sajátosságainak vizsgálatára, noha számos szakmai anyag, statisztika leírta a magyar e-kereskedelem forgalmi részarányának és volumenének exponenciális bővülését. Ha meg kívánjuk határozni azokat a kutatási kérdéseket, amelyek tudományos, szakmai szempontból érdekesek és fontosak lehetnek napjainkban és a közeljövőben a regionális tudományban, ill. ezen belül a marketingföldrajzban, akkor ENYEDI György gondolataival élve összefoglalóan úgy fogalmazhatunk, hogy a hagyományos földrajzi tér és a kibertér „találkozási pontjainak” vizsgálata kiemelkedő jelentőségű. Ez különösen igaz a kiskereskedelemre, ugyanis itt számos ponton találkozunk az on-line és az off-line világ. Az értékesítési folyamat egyik része lehet elektronikus, azonban a termékek a valós földrajzi térben kell, hogy eljussanak a fogyasztóhoz (vásárlóhoz) (1. ábra).

A termék, a vásárlók és esetlegesen az eladók, valamint a közöttük megvalósuló interakciók jellege igen összetett, amiben a valós földrajzi térnek és a kibertérnek egyaránt fontos szerep jut. Egy-egy tranzakció során mindkettő szükségképpen érintett, a tranzakció jellege határozza meg a kétféle tér érintettségének fokát és jellegét.

A kiskereskedelmi értékesítési folyamathoz kapcsolódva számos kutatási feladatot azonosíthatunk, amelyek közül néhány meghatározó területi (földrajzi) jellegű vizsgálati lehetőséget kell megemlíteni:

- A hagyományos kereskedők on-line megjelenésének elemzése.
- A hagyományos és e-kereskedelmi megoldások kapcsolódása egyes vállalatok esetében.



1. ábra. A valós földrajzi tér és a kibertér kapcsolata a kiskereskedelemben.  
 Forrás: saját szerkesztés

- Az e-kereskedők telephely-választási szempontjainak elemzése.
- A hagyományos és on-line vásárlási magatartás kapcsolódásainak elemzése.
  - A fogyasztói magatartás „hagyományos” társadalmi, gazdasági, földrajzi tényezőinek adaptálhatósága az e-kereskedelemben.
  - Az e-kereskedelem hatása a közlekedésre, a hagyományos kereskedelmi formákra (pl. a bevásárlóközpontokra), a városközpontokra, a személyek térbeli mozgására.
  - Az e-kereskedelem a mobil- és helyfüggő marketing korában.
  - Az e-kereskedők on-line és hagyományos marketing-kommunikációjának térbeli, helyfüggő vonatkozásai.

Az itt felsorolt témamegjelölés a teljesség igénye nélkül készült, természetesen a szerző személyes preferenciáit is tükrözi, valamint olyan vizsgálati területeket jelöl, amelyek jórészt még feltárára várnak.

## **A budapesti és vidéki lakosok elektronikus vásárlási szokásai**

A továbbiakban egy olyan empirikus kutatás legfontosabb eredményeit mutatjuk be, amely tudatosan azzal a cézzal készült, hogy feltárjuk a hazai internetes vásárlások területi sajátosságait. A kutatás az Eduvus Főiskola Földrajz és közgazdaságtan szakkollégiumi csoportjának közreműködésével készült 2012-ben<sup>2</sup>.

A kutatás alapkérdése az volt, hogy kimutatható-e bármiféle különbség a nagyvárosi környezetben élő és a kisvárosi, ill. vidéki környezetben élő lakosság elektronikus vásárlási szokásaiban a B2C-piacon. Mivel a témában – különösen Magyarországon – korábbi kutatás nem állt rendelkezésre, ezért feltáró jellegű kutatási koncepció alapján végeztük el a vizsgálatokat (BABBIE, E. 2008).

A kérdésfelvetést az indokolta, hogy vajon megállapítható-e – és ha igen, amely területeken – a vásárlók tartózkodási helyének, és a hely (település, régió) speciális sajátosságainak hatása az elektronikus vásárlásokra (ITC-infrastrukturális helyzet, jövedelmi szint, kereskedelmi hálózat sajátosságai stb.). Azzal a hipotézissel kezdtük a kutatást, hogy legmarkánsabb hazai centrum-periféria relációban, a Budapest–vidék viszonylatban jelentős különbségeket tudunk feltárni az e-vásárlások sajátosságainak vizsgálata során.

### *A vizsgálat módszertani sajátosságai*

A kutatás alapját egy lakossági megkérdezés adta, amely során fővárosi és vidéki háztartásokban élőket kérdeztünk meg háztartásuk infokommunikációs eszközökkel való ellátottságáról, valamint számítógép- és internet-használatukról, ezen belül különösen a hagyományos és elektronikus vásárlási szokásaikról érdeklődtünk a tartós fogyasztási cikkek, az FMCG-termékek és bizonyos kiemelt on-line szolgáltatásokra vonatkozóan. A vizsgálatban 71 budapesti háztartás összesen 114 tagja, valamint 100 vidéki háztartás összesen 206 tagja vett részt, összesen 320 fő 44 településről. A mintába kerülő személyek/háztartások kiválasztása véletlenül alapult, a megkérdezés személyesen történt az egyes háztartásokban.

---

<sup>2</sup> A szerző ezúton mond köszönetet a szakkollégium tagjainak (Czvalinga Adrienn, Szoboszlai Krisztina, Szabó Mihály, Tiringner Anett és Záhorszky Júlia) a kutatásban való részvételért.

## A megkérdezett háztartások jellemzői

A kutatás során elsőként a vizsgált háztartások társadalmi-gazdasági helyzetét, valamint számítógéppel és internet szolgáltatással való ellátottságát tártuk fel annak felderítésére, hogy a budapesti és vidéki háztartások digitális technológiával való ellátottsága milyen mértékben különbözik egymástól.

A vidéki háztartások fele, a budapesti háztartások 2/3-a 2–3 fős volt, mindkét esetben mintegy 50%-uk volt 2 keresős. A vidékiek 92%-a, a budapestiek 63%-a saját tulajdonú ingatlanban él, a fennmaradók bérelt ingatlanban laknak (ez különösen a fiatalabb, Budapestre költöző korosztályhoz tartozókra jellemző). A fővárosiak lakóingatlanai alapterületének módusza 50–75 m<sup>2</sup> között van (48%), míg ez az érték vidéken 76–100 m<sup>2</sup> (36%). A jellemző családi házas beépítés miatt vidéken nagyobb a lakások alapterülete.

Az internetes vásárlások két infrastrukturális alapfeltétele a számítógép, ill. internet kapcsolat megléte. A vidéki és fővárosi részminta több pontban is jelentős eltérést mutat. Vidéken még az asztali gépek elterjedtsége domináns, míg Budapesten a notebook penetráció már a 80%-ot is meghaladta, miközben az új termék kategóriának számítógépek is megjelentek mindkét vizsgálati területen (2. táblázat).

2. táblázat. A háztartások „internetképes” eszközökkel való ellátottsága, %

Lakóhely	Asztali gép	Notebook	Táblagép	Okostelefon
Budapest	59,2	80,3	14,1	62,0
Vidék	81,0	69,0	5,0	57,0

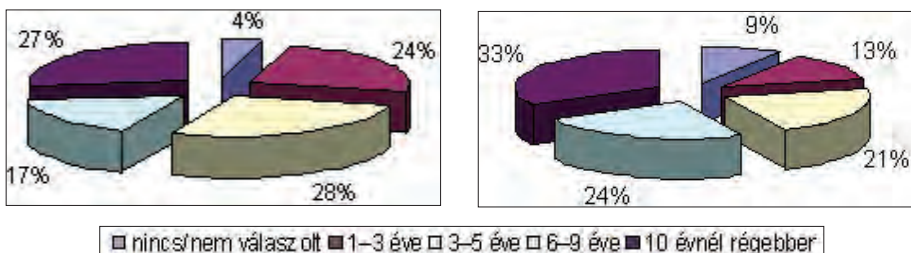
Forrás: saját kutatás, 2012.

Érdekes tény, hogy míg a számítógépek elterjedtségében különbség figyelhető meg a két részmintában (feltételezhetően jövedelmi és IT-kompetenciában meglévő eltérések miatt), addig az okostelefonok penetrációja azonos. Utóbbi a napjainkban induló helyfüggő digitális marketingben (mobilmarketing) és értékesítésben válik különösen fontos tényezővé.

A e-vásárlások második technikai feltétele, az internet előfizetés megléte. Ebben nincs jelentős különbség a fővárosi és vidéki háztartások között, a megkérdezettek 1/3-a már több mint 10 éve rendelkezik hálózati kapcsolattal, háromnegyed részük pedig legalább 3 éve internet előfizető (2. ábra). Az adatokból arra következtethetünk, hogy az e-vásárlásokhoz szükséges alapfokú digitális írástudás napjainkra már tömegessé vált.

### A megkérdezettek viszonyulása az elektronikus vásárláshoz

A kérdőívvezés során tudatosan törekedtünk arra, hogy az e-kereskedelem szempontjából fontos demográfiai, társadalmi csoportok egyaránt megjelenjenek a



2. ábra. A megkérdezettek megoszlása az internet előfizetés kezdete szerint Budapesten (bal oldali) és vidéken (jobb oldali diagram)

mintában. A budapesti és vidéki mintában 50–50%-ban kérdeztünk meg férfiakat és nőket. Emellett a 14–60 éves korosztály minden korcsoportja (14–20, 21–30, 31–40, 41–50, valamint 50–60 évesek) hasonló arányban szerepelt a mintában, továbbá az iskolai végzettség és foglalkozás tekintetében is arra törekedtünk, hogy a társadalom legszélesebb spektruma képviseltesse magát a vizsgálatban.

Egyik fő célunk annak felmérése volt, hogyan alakul a fővárosi és vidéki megkérdezettek esetében az internet használata, ezen belül milyen az internetes vásárlásokhoz való viszonya, ill. mindezen tényezők térben milyen eltéréseket mutatnak. Az esetleges földrajzi eltérések (főváros vs. vidék) sajátosságainak bemutatásával az elektronikus kereskedelem térbeli meghatározottságait kívánjuk szemléltetni.

A különféle, internet-használathoz kötődő tevékenységek (3. táblázat) elemzéséből megállapítható, hogy a lakónépesség területi koncentrációjával (főváros) együtt járó jövedelmi, képzettségi stb. koncentráció megjelenik az on-line aktivitásban is. Az összes vizsgált internetes tevékenységben a fővárosi megkérdezettek értéke volt a magasabb. Érdekes, hogy a közösségi média (pl. Facebook) aktivitás is intenzívebb a fővárosban, holott ez az eszköz a vidéken élő, esetenként egymástól nagy távolságra lakók közötti interakciót hatékonyabban elősegítheti. A közösségi médiát mégis a nagyvárosi környezetben élők használják gyakrabban.

Az internet egyre terjedő használata tükröződik vissza az e-vásárlások esetében is. A budapesti megkérdezettek 78%-a, míg a vidéken élő válaszadóknak 64%-a vásárolt már on-line bármiféle terméket vagy szolgáltatást. Kimutatható tehát a lakóhely és az elektronikus vásárlási hajlandóság közötti összefüggés.

3. táblázat. Az internethasználat célok szerinti megoszlása, %

Lakóhely	E-mailezés	Hírek olvasása	Közösségi oldalak	Pénzügyek
Budapest	94,7	95,6	95,6	82,5
Vidék	84,5	87,4	81,6	63,1

Forrás: saját kutatás, 2012.

Mivel különbség figyelhető meg a budapesti és azon kívüli lakosok e-vásárlási szokásaiban, fontos tisztázni, hogy feltárható-e különbség a vásárlási motivációban. A 4. táblázat szerint mind a fővárosi, mind a vidéki vásárlók elsősorban azért vásárolnak on-line, mert számukra ez megtakarítást eredményez, azaz olcsóbban jutnak bizonyos termékekhez. Meglepő módon a kényelem és a választék kevésbé tűnik fontos szempontnak. Az alacsonyabb árak oka, ahogy arra GEENHUIZEN is rámutat, hogy az elektronikus tranzakcióknak és a lerövidült rendelési ciklusoknak köszönhetően 25–30%-kal csökkentek a szállítási költségek (GEENHUIZEN, VAN M. 2004).

4. táblázat. Az elektronikus vásárlást befolyásoló fontosabb tényezők és mértékük megoszlása, %

Befolyásoló tényező	A befolyás mértéke	A megkérdezettek lakóhelye	
		Budapest	Vidék
A termék ára	nagy	75,3	63,2
	közepes	22,5	27,1
	kicsi	1,1	6,0
	nincs	1,1	3,8
A kényelem	nagy	36,0	42,0
	közepes	42,7	35,9
	kicsi	12,4	17,6
	nincs	9,0	4,6
A választék	nagy	57,3	50,4
	közepes	28,1	36,6
	kicsi	9,0	9,2
	nincs	5,6	3,8

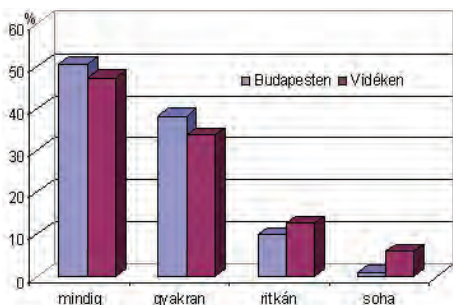
Forrás: saját kutatás, 2012.

A 4. táblázatból jól látható, hogy a budapesti és vidéki vásárlók között nincs jelentős eltérés. Sőt, a fővárosi e-vásárlók árérzékenyebbek, mint a vidékiek, amelynek oka feltételezhetően az, hogy ők nagyszámú hagyományos és on-line üzlet kínálatából egyaránt válogathatnak, könnyebben találva alternatív értékesítőket, akik kedvezőbb árakat, vásárlási feltételeket biztosítanak számukra.

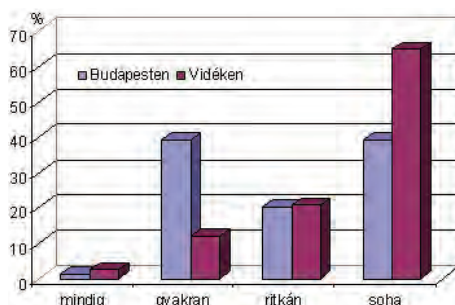
#### *A vásárlók információszerzési szokásai az interneten*

Elsőként azt vizsgáltuk, hogy a vevők a termékvásárlást megelőző, információszerzési szakaszban milyen on-line csatornákon át gyűjtik össze a vásárlást megalapozó döntéshez szükséges termék-, ár-, szállítási és egyéb információkat. A kutatásban öt különféle on-line keresési módszert vizsgáltunk meg: a Google keresőmotor használatát, az on-line plázák látogatását (pl. Grando), az ár-összehasonlító (pl. www.arukereso.hu) és a kuponos oldalakat (pl. www.kuponvilag.hu), valamint a főleg biztosítási és pénzügyi szolgáltatások területén működő alkusz oldalakat (pl. www.netrisk.hu).

A kutatás eredményeiből egyértelműen látszik, hogy vannak olyan információszerzési csatornák, amelyek használata napjainkban már általánosan elterjedt, mint pl. a Google alkalmazása (3. ábra), valamint megtalálhatók olyan innovatív on-line információs és értékesítési formák, amelyek ismertsége, felhasználása területileg jelentős eltéréseket mutat (4. ábra). Ennek vélhető oka, hogy az innovatív on-line megoldások diffúziójának is van térbeli (regionális) vonatkozása (LENGYEL I.–RECHNITZER J. 2004). Ezt bizonyítja, hogy a relatíve hosszabb ideje működő on-line biztosítási oldalak használatában nincs különbség a vidékiek és fővárosiak között, míg a viszonylag új ár-összehasonlító oldalak és on-line plázák esetében szintén eltérések figyelhetők meg.



3. ábra. A megkérdezettek megoszlása a Google keresőmotor használatának gyakorisága szerint a termékek/szolgáltatások vásárlásának segítése céljából

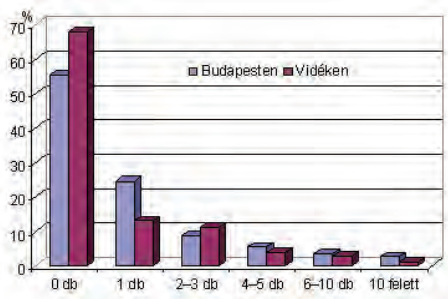


4. ábra. A válaszadók megoszlása a termékek/szolgáltatások keresésének gyakorisága szerint a „kuponos” oldalakon

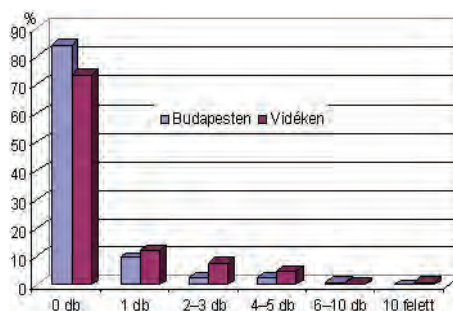
### *A tartós fogyasztási cikkek vásárlásának sajátosságai*

Mivel tartós fogyasztási cikkeket viszonylag ritkán veszünk, ezért a kutatás során nem a vásárlásuk gyakoriságára, hanem a vizsgálat időpontjáig eltelt időben on-line értékesítési csatornán keresztül összesen megvásárolt termékek számára kérdeztünk rá. A vizsgálatba bevont termékcsoporthoz elektronikai cikkek, számítástechnikai eszközök, háztartási gépek, egyéb műszaki cikkek (barkács- és sporteszközök), valamint bútorok voltak. A felmérésből kiderült, hogy a számítástechnikai eszközök, alkatrészek esetében a fővárosi lakosok on-line aktivitása intenzívebb, amelynek oka vélhetően a számítástechnikai eszközökkel való ellátottságban és a digitális írástudás magasabb szintjében keresendő (5. ábra). Ugyanakkor az egyéb műszaki cikkek, háztartási gépek és bútorok esetében 60–80%-között változik a „nem vásárlók” aránya, vagyis a többség még egyszer sem rendelt on-line ilyen termékeket. E téren nem mutatható ki jelentős különbség a budapesti és a vidéki vásárlók között (2. táblázat).

A földrajzi környezet és a megvásárolt termékek jellege közötti kapcsolatra utal, hogy a barkács eszközök, sportszerek termékcsoportban 70–80%-os „nem vásárlási” arány mellett a vidéki lakosok intenzívebb vevői aktivitása figyelhető meg, amely természetszerűleg a vidéki (családi házas) életmódhoz kapcsolható (6. ábra). Az ilyen környezetben élők ház körüli munkáihoz valószínűsíthetően több gépre, szerszámra van szükség, szemben a nagyvárosi környezetben élőkkel.



5. ábra. A megkérdezettek megoszlása az interneten vásárolt számítástechnikai cikkek száma szerint



6. ábra. A mintában szereplők megoszlása az interneten vásárolt egyéb tartós cikkek: barkácsáruk, sportszerek mennyisége szerint

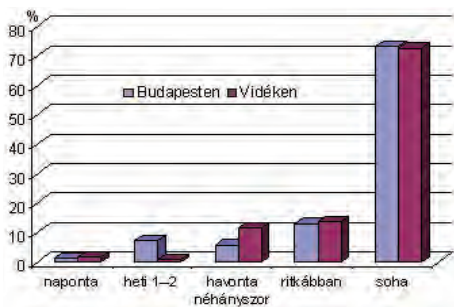
### Az FMCG-termékek vásárlási sajátosságai

Az ún. „gyorsan mozgó fogyasztási javak” (FMCG) piacon több termékcsoportot vizsgáltunk: élelmiszerek, ruházat, kozmetikai cikkek, könyvek, zenék és filmek, és a nem receptköteles gyógyszerek on-line vásárlási szokásait elemeztük. E termékcsoportok vásárlása esetében kiemelten fontos (lehet) a vevő személyes jelenléte. Élelmiszervásárlásnál fontos a megvásárolt húsok, felvágottak, zöldség frissessége, a ruhákat szeretjük felpróbálni, a könyvekbe belelapozni stb.

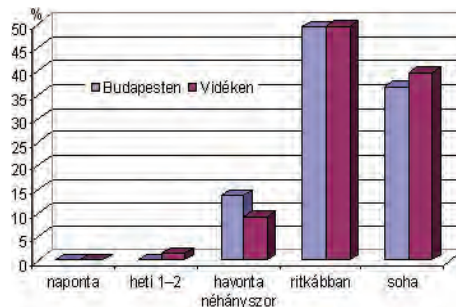
Az FMCG-termékcsoportokat on-line vásárlási gyakoriságuk alapján két főcsoportba sorolhatjuk. Az élelmiszerek, kozmetikumok és gyógyszerek esetében a vásárlási gyakoriság intenzitása meglehetősen alacsony, a megkérdezettek közel 80%-a nem vásárol ilyen termékeket on-line (7. ábra). Az adatok nem itt mutatnak területi eltérést. A Tesco 2013 áprilisában lépett a hazai on-line értékesítés piacára. Budapesten és Pest megyében indította el házhozszállítási szolgáltatását, így vélhetően a főváros–vidék reláció (amennyiben a Tesco nem terjeszti ki értékesítési rendszerét vidékre) a közeljövőben jelentősen változni fog.

Más FMCG-termékcsoportok esetében azonban már napjainkban is markáns on-line vásárlási aktivitás figyelhető meg. A könyvek és ruházati

cikkek piacán a válaszadók legnagyobb gyakorisággal már a „ritkán” válaszlehetőséget jelölték meg on-line vásárlásaik jellemzésére (8. ábra). Ez azt jelenti, hogy a ruházati és a könyvpiacra is markánsan megjelenik az elektronikus értékesítés. A könyvekbe napjainkban már on-line is bele lehet olvasni, számos ruházati termékcsoport vásárlásánál pedig a vevő – ismerve saját testi adottságait – személyes jelenlét nélkül is gond nélkül vásárolhat. (A fehérnemű, a harisnya, a csecsemő- és gyermekruházat bizonyos szegmensei estében a ruhapróba vagy nem lehetséges, vagy a vásárlás ismétlődő jellege miatt nem szükséges.)



7. ábra. A megkérdezettek megoszlása az élelmiszerek interneten történő vásárlási gyakorisága szerint

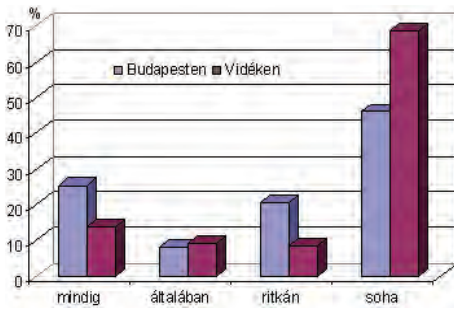


8. ábra. A válaszadók megoszlása a ruházati cikkek interneten történő vásárlási gyakorisága szerint

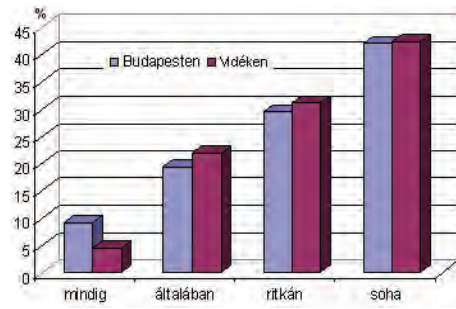
### Néhány fontosabb szolgáltatás on-line vásárlásának sajátossága

A szolgáltatások piaca a leginkább szerteágazó, rendkívül eltérő sajátosságokkal jellemezhető gazdasági terület. A különbségek – számos más tényező mellett – a személyes jelenlét szükségességéből, a szolgáltatás jellegéből, továbbá a szolgáltatást nyújtó és az azt igénybevevő sajátosságaiból fakadnak. A vizsgálat során több, fontosnak ítélt szolgáltatást is elemeztünk (fodrász, vonat- és repülőjegy-értékesítés, üdülési szolgáltatás), amelyek közül itt csupán az utóbbi kettővel foglalkozunk eltérő területi vonatkozásaik miatt.

Mind az üdülési szolgáltatások (szálláshelyek kínálata, utazási irodák szolgáltatásai), mind pedig a repülőjegy-értékesítés viszonylag hosszú idő óta elsősorban (vagy szinte kizárólag) on-line érhető el, mégis jelentős különbségek rajzolódtak ki a két szolgáltatásfajta összehasonlítása során (9., 10. ábra). Míg az üdülési szolgáltatások on-line megrendelése nagyon hasonló gyakoriságot mutat a fővárosi és vidéki megkérdezetteknel, addig a repülőjegyek vásárlása terén jelentős különbségek figyelhetők meg. A fővárosi megkérdezettek több mint fele vett már elektronikus úton repülőjegyet, ezzel szemben a vidékiek



9. ábra. A megkérdezettek megoszlása az üdülési szolgáltatás interneten történő megrendelési gyakorisága szerint



10. ábra. A válaszadók megoszlása a repülőjegyek interneten történő vásárlási gyakorisága szerint

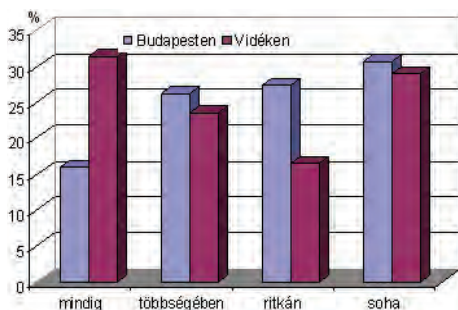
közel 70%-a még egyáltalán nem. A különbség vélhető oka a budapestiek és vidékiek eltérő utazási szokásaiban, az ehhez szorosan kapcsolódó jövedelmi helyzetükben, on-line fizetési szokásaik különbözőségében, valamint a nagy távolságokra való utazáshoz való viszonyukban (üzleti vagy magánút) keresendő. Ennek részletes feltárása további kutatásokat igényel.

#### *A megvásárolt termékek ellenértékének kifizetése*

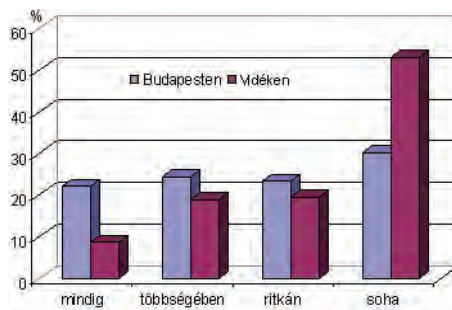
Az termékvásárlásokhoz és a különféle szolgáltatások igénybevételéhez szorosan kapcsolódik a termékek és szolgáltatások ellenértékének megfizetése, ill. az ebben (is) megfigyelhető területi különbségek. Napjainkban Magyarországon még az on-line kiskereskedelmi tranzakciónál is döntően a készpénzes fizetés a jellemző, noha már biztonsággal fizethetünk bankkártyával, a PayPal rendszer igénybevételével, vagy egyéb elektronikus úton, ha betartjuk az alapvető biztonsági szabályokat. A készpénzes fizetés különösen a vidéki vásárlók körében jellemző, ahol a megkérdezettek több mint fele mindig vagy gyakran utólag, készpénzben rendezi a termékek és szolgáltatások ellenértékét (11., 12. ábra). Az elektronikus fizetések relatíve alacsony aránya nemcsak az on-line fizetésben való járatlanságra utal, hanem arra is, hogy a lakosság jelentős része jövedelmének egy részét készpénzben, vélhetően nem bejelentett módon szerzi.

#### *A megvásárolt termékek átvétele*

Az on-line termékértékesítésnek feltétlenül van valós földrajzi dimenziója, mégpedig akkor, amikor a megrendelt termék valamilyen logisztikai megoldás



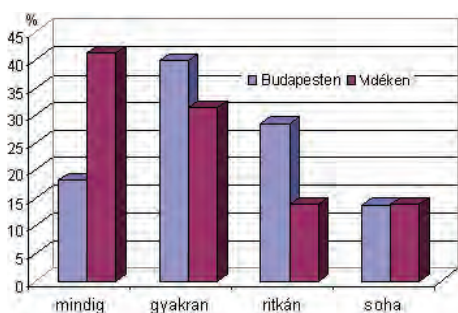
11. ábra. A megkérdezettek megoszlása az utánvétes fizetés gyakorisága szerint



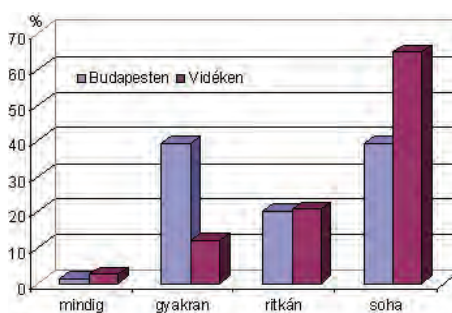
12. ábra. A mintában szereplők megoszlása a bankkártyás fizetés gyakorisága szerint

keretében eljut az eladótól a vevőig. Ennek napjainkban számos módja van: futárral történő értékesítés, különféle átvevőhelyen (Pick-pack pont-hálózat, benzinkút, posta) történő átvétel, az on-line üzlet saját üzletében történő személyes átvétel vagy valamilyen partnerüzletben történő személyes átvétel. Az egyik „szélsőség” a házhozszállítás, amikor a termék mozog a vásárló felé, a másik vélet az, amikor a vásárló „mozog” a termék irányába, és veszi azt át az eladó telephelyén. „Köztes” megoldásnak számít a különféle átvevőhelyeken történő áruátvétel, amikor a termék és a vevő egyaránt mozog a földrajzi térben. E téren domináns különbség rajzolódik ki a fővárosi és vidéki on-line vásárlók között, amelynek számos területi, földrajzi dimenziója van (13., 14. ábra).

A vidéki lakosok, akik az e-kereskedő székhelyétől, valamint általában a nagyobb városokban működő átvételi pontoktól távol élnek, dolgoznak, nagyobb arányban részesítik előnyben a futárral történő házhozszállítást, még akkor is, ha ez a szolgáltatás bizonyos többletköltséget jelent számukra. A fővárosi e-vásárlók, akik az e-kereskedő hagyományos üzletéhez, vagy átvételi



13. ábra. A megkérdezettek megoszlása a megrendelt termékek futárral történő házhoz szállítási gyakorisága alapján



14. ábra. A vásárlók megoszlása a megrendelt termékek átvevőhelyen történő átvételének gyakorisága szerint

pontjához közel élnek, dolgoznak, sokkal nagyobb hajlandósággal veszik át a megrendelt termékeket egy, az eladó által megadott átvételi pontban vagy a kereskedő üzletében.

Ennek oka számos költség- és időtakarékosági tényezőre vezethető vissza. Egyrészt az üzletben vagy az átvétel helyszínén (pl. áruraktár) kézhez kapott terméket nem terheli a futár szolgáltatás költsége. Másrészt a lakóhely és munkahely között útba eső átvételi ponton a vásárló gyorsabban jut hozzá a termékhez (akár néhány órán belül is), miközben a futárral történő kézbesítés 2–3 munkanapot is igénybe vehet még egy viszonylag kis területű országon belül is (nem említve a nemzetközi megrendelések esetenként több hetes időigényét) (www.amazon.com; www.ebay.com). További fontos szempont, hogy ebben az esetben a vevő maga döntheti el, mikor veszi át a terméket, saját időbeosztásához igazíthatja azt, nem szükséges (többségében munkaidőben) a futárra várni egy adott címen (akár otthon, akár munkahelyen).

### **Összefoglaló értékelés, következtetések**

A tanulmány célja kettős volt. Egyrészt a kutatás során a mintában szereplőknek feltett kérdésekre kapott válaszok értékelése, másrészt a témához kapcsolódó irodalom áttanulmányozása alapján az empirikus kutatás eredményeit figyelembe véve igyekezett új kérdéseket is megfogalmazni, amelyek hozzájárulhatnak a jövőben a hazai e-kereskedelmi kutatások kiterjesztéséhez, a földrajzi dimenzió, a területi vonatkozású kérdések e-tail kutatásokba történő implementálásához.

A vizsgálatok során kiderült, hogy a hazai e-kereskedelem sem „tér nélküli”, kijelenthető, hogy a földrajzi vonatkozású kérdések fontos szerepet játszanak az elektronikus kiskereskedelmi tranzakciókban, közvetlen és közvetett módon egyaránt. A lakóhely és a munkahely földrajzi helye közvetlenül hatást gyakorol a termékválasztásra azáltal, hogy bizonyos termékek megvásárlását teszi szükségessé (pl. vidéken, családi házas övezetben a fűnyírót), valamint közvetlenül befolyásolja a termék átvételének módját, helyét, idejét azáltal, hogy meghatározza a vásárló térbeli és időbeli mozgását.

A földrajzi tér hatása azonban nem minden esetben ennyire közvetlen és nyilvánvaló. Közvetett hatása pedig abban nyilvánul meg, hogy tükröz(het)ti egy-egy földrajzi terület, település, településrész jövedelmi színvonalát, társadalmi-gazdasági sajátosságait, innovációs attitűdjét, ezáltal befolyásolva a helyi lakosság vásárlási szokásait, vásárlói magatartását az interneten. Feltáró jellegű kutatásunkkal a probléma alapvető sajátosságaira kívántuk ráirányítani a figyelmet. Az e-kereskedelem összetettsége, gyorsan változó jellege újabb kutatások megvalósítását teszi szükségessé abból a célból, hogy jobban megértsük a hazai e-vásárlások területi jellegét.

## IRODALOM

- BABBIE E. 2008. A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. – Balassi Kiadó, Budapest.
- COUCLELIS, H. 1996. The death of distance. Editorial. – *Environment and Planning B. Planning and Design* 23. 387–389.
- COUCLELIS, H. 2004. Pizza over the internet: e-commerce, the fragmentation of activity and the tyranny of the region. – *Entrepreneurship & Regional Development* 1. 41–54.
- FARAG, S.–KRIZEK, K.J.–DIJST, M. 2006. E-shopping and its relationship with in-store shopping: Empirical evidence from the Netherlands and the USA. – *Transport Reviews* 26. 1. 43–61.
- GEENHUIZEN, VAN M. 2004. Cities and cyberspace: new entrepreneurial strategies. – *Entrepreneurship & Regional Development* 1. 5–19.
- KOVÁCS A. 2010. Kereskedelem határok nélkül. – PhD értekezés. Széchenyi István Egyetem, Regionális és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr.
- LENGYEL I.–RECHNITZER J. 2004. Regionális gazdaságtan. – Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs.
- NAGY E. 2007. A belvárosi bevásárlóközpontok és a hagyományos köztérszerep megőrzésének lehetőségei az európai városokban. – In: SIKOS T.T. szerk.: A bevásárlóközpontok jelene és jövője. Selye János Egyetem Kutatóintézete, Révkomárom, 233–261.
- PricewaterhouseCoopers 2012. Understanding how US online shoppers are reshaping the retail experience. (online). [http://www.pwc.com/en\\_us/us/retail-consumer/publications/assets/pwc-us-multichannel-shopping-survey.pdf](http://www.pwc.com/en_us/us/retail-consumer/publications/assets/pwc-us-multichannel-shopping-survey.pdf)
- SIKOS T.T. 2000. Marketingföldrajz. – VÁTI, Budapest.
- SIKOS T.T.–HOFFMANN I.-NÉ 2004. A fogyasztás új katedrálisai. – MTA Társadalomkutató Központ, Budapest.
- SIKOS T.T.–HOFFMANN I.-NÉ 2012. A kiskereskedelem új kihívói – Bevásárlóközpontok Budapesttől Prágáig. – Akadémiai Kiadó, Budapest.
- SOYEON, S.–EASTLICK, M.A.–LOTZ, S. 2000. Assessing the impact of internet shopping on store shopping among mall shoppers and internet users. – *Journal of Shopping Center Research* 7. 1. 7–43.
- TINER T. 2009. Kereskedelmi nagylétesítmények telephelyválasztási kritériumai. – In: SIKOS T.T. szerk.: Fenntartható fogyasztás és növekedés határai. Új trendek a kereskedelemben. Selye János Egyetem Kutatóintézete – Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő–Komárom, 69–86.
- TÖMÖRI M. 2011. Debrecen mint a bevásárló turizmus célpontja? – In: SÜLI-ZAKAR I. szerk.: „Falvaink sorsa” és „A városnövekedés szakaszai” – Tiszteltetés a 80 éves Enyedi György akadémikus előtt. Debreceni Egyetem–Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen, 75–82.
- WELTEVREDEN, J.W.J. 2007. Substitution or complementarity? How the Internet changes city centre shopping. – *Journal of Retailing and Consumer Services* 14. 3. 192–207.

## Spiritualitás és fenntartható fejlődés

LENGYEL ATTILA<sup>1</sup>–SZABÓ LAJOS<sup>2</sup>

### Spirituality and sustainable development

Taking a close look at the three pillars of traditional sustainability models it is quite obvious that there are huge cracks on each of them. Climate scientists warn about an unmanageable degree of warming, social scientists point out the unsustainability of the enormous difference between the rich and poor parts of the world and alternative economists see the deepening crises as a clear sign that the present economic system which is centred around growth of production, consumption and debt levels cannot be sustained in the long run. Many of them believe that unless drastic action is taken the world might see the collapse of all three systems in the near future. In spite of all the efforts of the last five decades things have gone from bad to worse. The big question is what can make modern people change their way of thinking. Science, religion, politics have failed to do it. Spirituality goes to the roots of all problems. Spiritual transformation of the individual and the global community is the only way to ensure a harmonious and sustainable future.

**Keywords:** sustainability, spirituality, economic development, crises, transformation

### Bevezető

Az IISD (International Institute for Sustainable Development) által összeállított Sustainable Development Timeline-t (IISD, 2012) tanulmányozva látható, hogy a Rachel CARSON által írt Silent Spring című könyv megjelenése óta eltelt 50 évben jó néhány világméretű csúcstalálkozót szerveztek a fenntarthatósággal kapcsolatban, számtalan bizottság, testület, állami és civil szervezet alakult a problémák elemzésére. A globális fenntarthatósági törekvések mérföldköveit megjelölő IISD idővonal természetesen csak a legjelentősebb eseményeket és szervezeteket veszi számba, ezeken kívül sok ezer egyéb a témával foglalkozó formáció jött létre globális, országos, regionális és lokális szinten egyaránt (Pl.

---

<sup>1</sup> Tanársegéd, Szolnoki Főiskola, Turizmus és Vendéglátás Tanszék, Szolnok. PhD-hallgató, Szent István Egyetem, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, Gödöllő.

<sup>2</sup> Professzor emeritus, Szent István Egyetem, GTK Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő. Az Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola tőrzstagja.

Agenda21 szervezetek), és megszámlálhatatlan kisebb-nagyobb konferencia választotta a fenntarthatóságot központi témájául.

Valószínűleg könyvtárakat lehetne mára megtölteni az 50 év alatt ezen szervezetek és találkozóik által kreált dokumentumokkal, kiadványokkal valamint a témában megjelent könyvekkel. Ám mennyiben változott a világ pozitív irányba ezen erőfeszítések nyomán? Milyen kilátásai vannak az emberi civilizációnak az évszázad végéig? Fenntarthatóbb lett vajon a globális gazdaság, a társadalmi szerkezet és mindenekelőtt a környezethez való viszonyunk? Jelen tanulmány ezekre a kérdésekre keresi a választ, valamint kísérletet tesz a jelen állapot elemzése és az eddigi fenntarthatósági megközelítések kritikája után egy az eddigiektől eltérő modellt felvázolni.

## A jelenlegi helyzet

### *Környezeti helyzetkép*

A Stanford Egyetem kutatói által a közelmúltban végzett felmérésből kiderül, a mértékadó klímatudósok 97–98%-a egyetért abban, hogy a klímaváltozás valós, és nagyobbrészt ember által kiváltott (ACC – Anthropogenic Climate Change) probléma (ANDEREGG, W.R.L. *et al.* 2009). A Nature Climate Change-ben megjelent friss tanulmányban (HALL, J.W. *et al.* 2012) a University of Reading's Walker Institute kutatói szerint az IPCC által 2100-ra megadott, még menedzselhetőnek tekintett, maximum 2 °C-os globális hőmérséklet emelkedés abban az esetben lenne tartható, ha a GHG kibocsátás 2016-os tetőzése után 2050-ig minden évben globálisan 5%-kal csökkenne a kibocsátási szint. Ám még ebben az esetben is csak maximum 65%-kal csökkenthetőek a klímaváltozás negatív hatásai. Minél később következik be a tetőzés, természetesen annál nagyobb mértékben kellene évente csökkenteni a kibocsátást ahhoz, hogy a 2 °C-os limiten belül lehessen maradni.

A Nature Geoscience mértékadó tudományos magazinban közzétett tanulmány szerint a jelenlegi kibocsátási értékeket alapul véve 2050-re akár 3 °C-kal is emelkedhet globálisan a hőmérséklet. (ROWLANDS, D. *et al.* 2012). Bár a 2011-es klímakonferencián (Durban, Dél-afrikai Köztársaság) nagy viták közepette a 194 résztvevő ország vezetői megállapodásra jutottak, sokak szerint túl későn és még mindig nem elég határozottan. A megállapodás szerint 2015-re kell kidolgozni egy olyan jogilag kötelező érvényű megállapodást, amely kvótaszerűen 2020-tól lépne életbe. Azt nem lehet tudni képesek lesznek-e az országok a már valóban húsbavágó kvótákban megegyezni, amikor a mostani előzetes számszerű vállalásokat még nem tartalmazó megállapodás is majdnem eredménytelen veszekedésbe fulladt. Faith BIROL, az IEA (International Energy Agency) vezető közgazdásza szerint, amennyiben

2017-re nem sikerül érvénybe léptetni a kvótákat, azaz eltolódik az emissziós tetőzés, a 2 °C-os cél teljesen reménytelenné válik (HARVEY, F. 2011).

## Gazdasági helyzetkép

A gazdasági rendszer, amely a maga termelési, elosztási és fogyasztási struktúrájával közvetlenül befolyásolja a fenti környezeti tünet-együttest, szintén komoly válságtüneteket mutat. Susan STRANGE angol közgazdász már az 1986-ban megjelent „Kaszinó kapitalizmus” c. könyvében bemutatta, hogy a mai pénzügyi rendszer a kaszinókhoz hasonlóan rengeteg hazardírozási lehetőséget kínál a résztvevőknek. A fő különbség viszont az, hogy miközben egy valódi kaszinóban az ember a saját pénzét teszi kockára, addig a globális pénzügyi kaszinó játékosai a másokét is (STRANGE, S. 1986).

A 2007–2008-ban tetőző globális pénzügyi krízis, amelyet sok közgazdász a legsúlyosabbnak tekint az 1930-as évek nagy gazdasági világválsága óta, megmutatta, mennyire védtelen a globális gazdasági rendszer néhány olyan pénzügyi gigacég piaci hazardjátékával szemben, mint a Goldman Sachs vagy a Lehman Brothers. A hazardjátékhoz természetesen kellett a deregulációval ennek teret adó FED vezetők, az őket támogató politikusok, a realitástól teljesen elrugaskodott minősítéseket kiadó hitelminősítő intézetek és neves közgazdászok, akik tanulmányokkal bizonygatták, hogy nincsen semmi gond.

Mindenesetre árulkodó jelnek tekinthető, hogy a válság csúcspontja után az annak kialakulásában oroszlánszerepet játszó banki és állami vezetők közül senkit nem ítélték el, sőt az állam által nyújtott 4000 milliárd USD értékű bankmentő csomag feltételek nélküli odaadása után a bankok nagyjából ott folytatták, ahol abba hagyták. Bob WIEDEMER, aki kollégáival előre jelezte az USA ingatlanpiacának 2008-as összeomlását Amerika buborék gazdasága c. könyvében (WIEDEMER, B. 2006), azon a véleményen van, hogy hamarosan egy még súlyosabb krízisnek nézünk elébe, a FED által működtetett pénznyomda (újabb buborék) a kezdeti áldásos hatások után keményen vissza fog ütni (WIEDEMER, B. 2010). A World Economic Forum tanulmánya szerint a globális hitelállomány 2000 és 2009 között 57 billió USD-ról 109 billió USD-ra nőtt. (A világ GDP-je 2011-ben 69 billió USD volt). A WEF szerint a 2008-asnál is nagyobb válságok elkerüléséhez 2020-ig a 2009-es érték duplájára, tehát még 100 billió USD kölcsönre van szükség (WEF, 2011).

Mások – többek között ALMÁSI Miklós – szerint ez az adósságtömeg már egyszerűen kezelhetetlen méretű. ALMÁSI megjegyzi: „Gyanítom, hogy a fejlett világ nem mer szembenézni helyzetének lehetetlenségével, csak az adott év visszafizetési kötelmeire, kamattörlesztésre figyel – de hogy itt a rendszer maga kérdőjeleződött meg, azt csak az Occupy-mozgalom és a rettegés villantotta fel”

(ALMÁSI M. 2012). Herman DALY az alternatív közgazdaságtan egyik legjelentősebb jelenkori képviselője a Steady State Economy koncepciójában egy olyan gazdaságot vázol fel, amely egy növekedési vagy csökkenési periódus után beáll egy kismértékben fluktuáló, a környezeti erőforrásokat nem túlhasználó stabil szintre (DALY, H. 1996). DALY is elismerte, hogy az átállás egyik, talán legfontosabb feltétele egy olyan „moral growth” (erkölcsi fejlődés), amely rövid és középtávon is erősen megkérdőjelezhető. John IKERD Fenntartható kapitalizmus c. könyvének zárszavában a szigorú kontrol nélküli kapitalizmust rákhoz hasonlítja, amely végül feléli az erőforrásait és rámutat, hogy erre a veszélyre Marx már nagyon régen, nagyon pontosan utalt (IKERD, J. 2005).

### Társadalmi helyzetkép

Ez a gondolat már átvezet a gazdaságot működtető emberi társadalmak jelen állapotának vizsgálatához. Felmerül a kérdés: Az állandó GDP növekedés, a fokozódó fogyasztás, a növekvő átlagéletkor vajon egyre boldogabb társadalmat jelent? Nem megkerülhető a felvetés, miszerint az élet minőségének a végső fokmérője az egyén elégedettségének, boldogságának a mértéke. Bármiféle haladás, ha mégoly szofisztikált tudományos teljesítmény is van mögötte, teljességgel irreleváns, ha a történések alanya, az ember, mindezen változásoktól nem lesz boldogabb, sőt éppen ellenkezőleg, egyre boldogtalanabb lesz. A WHO előrejelzései szerint 2020-ra a szívbetegségek után a depresszió lesz globálisan a leggyakoribb egészségügyi probléma.

Ha megvizsgáljuk, hogy Nagy-Britanniában hogyan alakul az emberek elégedettségének szintje, az utóbbit láthatjuk. Háromszor gazdagabbak, mint 50 éve, de akkor az emberek 52%-a mondta, hogy nagyon boldog, most csak 32%. A Galupp Intézet 2011-ben 148 országban végzett elégedettségi felmérést. Az első három helyen végző Panama, Paraguay és El Salvador (az első 10-ben összesen 8 latin-amerikai ország volt) ugyanebben az évben az egy főre eső GDP alapján a 73., 117. és 113. helyen állt a világ országainak rangsorában.

Számos példát lehetne még hozni, amelyekből kitűnik, hogy a boldogság, az elégedettség, a fenntarthatóság foka nincs szükségszerű ok-okozati viszonyban a pénzzel, ezért a modern ember fogyasztási hedonizmusa zsákutcának tűnik. Graham TURNER egy 2008-ban megjelent tanulmányában megvizsgálta a Római Klub számára 1972-ben készült „A növekedés határai.” c. alaplűnek számító prognózist az eltelt évtizedek tükrében és arra a következtetésre jutott, a jelenlegi fogyasztási szint mellett az 1972 prognózis valósággá válhat, bekövetkezhet az összeomlás (TURNER, G. 2008). A Credit Suisse Global Databook 2011 adatai alapján a Föld népességének 8,7%-a birtokolja a világ javainak 82%-át. (CSGD, 2011). Megválaszolásra váró kérdés, vajon meddig tartható fent ez az óriási aránytalanság.

Jorgen RANDERS, a klímastratégia elismert szaktekintélye, aki a *Limits to Growth* társszerzője, és a *2052 – A Global Forecast for the Next Forty Years* c. könyv írója egy vele készült riportban kijelenti: gyakorlatilag teljesen hiábavalóan dolgozott az elmúlt 40 évben a fenntarthatóságért, mivel saját hazájának állampolgárai, akik talán a leggazdagabbak a világon, többségükben még a mai kritikus helyzetben sem hajlandóak a rövid távú előnyeikről lemondani a jövő generációi érdekében (Transition Culture, 2012).

## Fenntarthatósági definíciók és modellek

### *Fogalmi megközelítések*

A fenntarthatósággal foglalkozó számtalan testület egyike, a Brundtland-bizottság 1987-es jelentésében a következő definíciót adta: „A fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen szükségleteit, ugyanakkor nem csökkenti a jövő generációk lehetőségeit, hogy ők is ki tudják elégíteni saját szükségleteiket.”

Nézzük meg közelebbről ezt a definíciót, amely talán a legnépszerűbb fenntarthatósági definíció a létrejötté óta. Ha sarkosan akarunk fogalmazni, akkor azt mondhatjuk, ez tipikusan a „nesze semmi, fogd meg jól” esete. Nem tudhatjuk pontosan, mit óhajt fenntartani. A környezet, a társadalmi és gazdasági rendszer mostani állapotát? Nem tudjuk meg, mit tekint fejlődésnek és azt sem, hogy milyen szükségletekről van szó. A bizottság saját értelmezése szerint a „fejlődés” az mindazon tevékenységek összessége, amelyekkel a sorsunkon javítani akarunk, a „szükséglet” pedig elsősorban a világ szegényebbik felének szükségleteire utal. A fejlődés szó még a magyarázattal sem lett világos, a „sorsunkon javítás” nagyon ködös. A legtöbb pragmatikus döntéshozó a fejlődésen valószínűleg a gazdasági növekedést érti.

A fejlődő országok különféle fenntarthatósági konferenciákra meghívott képviselői egyértelműen azon az állásponton vannak, hogy a definícióban használt „fejlődés” szó, gazdasági növekedésre utal, hiszen ők is joggal formálhatnak igényt arra, amit a fejlett világ már birtokol, és amely egyébként a fő okozója a mostani ökológiai krízisnek. Egy másik fontos hiányossága a definíciónak az, hogy nem jelöli meg a három fenntarthatósági pillér, a környezet, társadalom és gazdaság rendszerei közötti prioritásokat.

Ahogy arra Herman DALY is rámutatott, ez a definíció eléggé homályos volt ahhoz, hogy konszenzusra alkalmas legyen. DALY a fentiekhez képest sokkal világosabban fogalmazza meg a „fenntarthatóságot”, amelynek az alábbi három feltétele van:

1. A megújuló erőforrások (pl. hal, termőföld, talajvíz) csak olyan mértékben használhatóak, amilyen ütemben újra tudnak termelődni.

2. A nem megújuló erőforrások (pl. fosszilis tüzelőanyagok) nem használhatóak gyorsabb ütemben, mint amilyen mértékben azokat megújuló alternatívákkal helyettesíteni lehet.

3. A szennyező anyagok kibocsátása nem lehet nagyobb tömegű, mint amilyen mértékben a természeti rendszerek azokat lebontani és hatástalanítani képesek.

A DALY-féle fenntarthatósági definíció pontjaiból egyértelműen kiderül, hogy az elsődleges feladat a természeti környezet megóvása, a környezet eltartó képességének figyelembe vétele. A definíció pontosan megfogalmazza az erőforrások felhasználásának és az emberi környezetterhelésnek a dinamikáját. Éppen konkrétabb jellege miatt válik viszont szembetűnővé belőle, hogy miközben a gazdasági pillér áttételesen megjelenik benne azzal, hogy az erőforrások és szennyezés elfogadható mértékét meghatározza, az olyan társadalmi szükségletekre, mint a kultúra, vagy az emberi jogok, már nem reflektál.

## Modellek

Az 1992-es Rio de Janeiro-i konferencián elfogadott Agenda21 dokumentumban először használt hármas fenntarthatósági pillérrendszer mára széles körben elfogadottá vált. Vizsgáljuk meg a három pillérről alapozott 2 legelterjedtebb modellt:

– Az ún. „gyenge fenntarthatósági modellben” a három alrendszer egyenlő súllyal van reprezentálva a köztük lévő kapcsolat mellérendelő jellegű, nem hierarchikus. Beszédesebb vizuális üzenet az is, hogy a Venn-diagrammok körei jelentősen elkülönültek és a közepén kimetszett közös tartomány, a fenntartható rész, meglehetősen kicsi a többi, látszólag nem fenntartható részhez képest. Ez a neoklasszikus, a növekedés primátusát hangsúlyozó közgazdasági iskola elméleti hozzáállását fejezi ki leginkább.

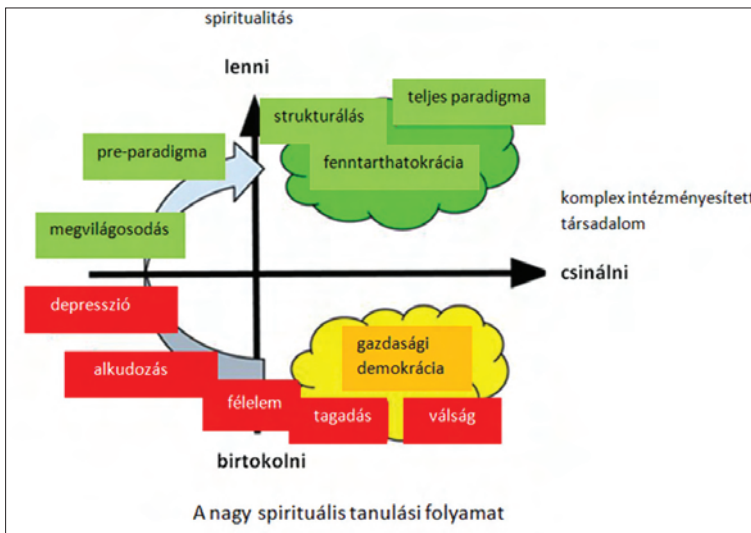
– Az ún. „erős fenntarthatósági modell” a Venn-diagrammal ellentétben határozott hierarchiába rendezi a fenntarthatóság három fő pillérét. Ebben az egymásba ágyazott hierarchiában a legnagyobb rendszer a környezet, amely mind a társadalom, mind pedig a társadalom által működtetett gazdaság létezéséhez alapot, keretet szolgáltat. Ez a modell nemcsak az alternatív közgazdasági irányzatok körében elfogadott, hanem egyre gyakrabban bukkan fel a fő áramlatot (mainstream) képviselő közgazdasági iskoláknál is. A DALY-féle fenntarthatóság hármas kritériumrendszerét alapul véve a három egymásba ágyazott rendszer egymáshoz viszonyított nagyságára nézve meghatározható egy optimum. Ez az optimum azt jelentené, hogy a gazdaság a maximális, de a természeti környezet által még tolerálható intenzitással működik és egy bizonyos méretű populáció ellátására képes.

A fent említett két leggyakrabban citált modellen kívül számos egyéb kísérlet történt a fenntarthatóságot befolyásoló tényezők viszonyának értelmezésére. Keith NURSE a Rio+20 csúcstalálkozón amellett érvelt, hogy szükség van egy negyedik pillérre, a kultúrára is, amely szerinte a központi pillér kell, hogy legyen (NURSE K. 2006). NURSE legerősebb érve az, hogy a kulturális sokféleség legalább akkora érték, mint a biodiverzitás, és a fenntarthatóság mindig csak az adott kulturális keretek fgyelembevételével értelmezhető.

A kultúra negyedik pilléreként történő szerepeltetésével az a probléma, hogy a kultúra tág definíciója magában foglalja például a gazdaságot, ezért létező fogalom a „gazdasági kultúra”. A másik fogalmi gond az, hogy a három osztatú modell „társadalom” pillére tágan definiálva a társadalom kultúráját, mint bármiféle rá jellemző tevékenységeinek az összességét is jelöli. Vannak modellek, amelyek 5 vagy akár 10 pillért is megneveznek. A fenntarthatóság meglehetősen komplex volta természetesen csábít arra, hogy a lehető legtöbb pillérrel aládúcoljuk, de ez a folyamat egyre nehezebben követhető modellekhez vezet.

Az Eindhovenben élő filozófus, Jean-Paul CLOSE a mai demokrácia (democracy) helyett egy olyan új társadalmi modellt dolgozott ki, ahol az egyéni felismerés és az ebből fakadó felelősségvállalás a kikristályosodási pontja annak az alulról építkező rendszernek, amelynek a „sustainocray” („fenntarthatokrácia”) nevet adta (CLOSE, J-P. 2012) (1. ábra).

Az ábrán látható transzformáció az emberi társadalom (egyénre is alkalmazható) evolúcióját mutatja, a jelenleg krízisben lévő, gazdaság által dominálta demokráciától az általa megálmódott fenntarthatokráciáig. Érdekes a



1. ábra. A „fenntarthatokrácia” („sustainocracy”) modellje. Forrás: CLOSE, J.-P. 2012.

koordinátarendszer, amiben elhelyezi a folyamatot. A felfelé irányuló *lét* versus *birtoklás* tengely és a horizontális *cselekvés* tengely által kijelölt dimenzióban nyer értelmet az átalakulás. A mostani állapotunkat a felfokozott, de nem tudatos aktivitás és a minimális „levés” jellemzi. Az ábrán nem egyértelmű, de nagyon lényeges, hogy a gödör feneké után bekövetkező ébredés/megvilágosodás mindig egyéni aktus. A megvilágosodást követően egyébként a létezés-cselekvés dichotómiája jelentőségét veszti. A krízistől a megvilágosodásig vezető lépcsőfokokban nem nehéz felfedezni az Elizabeth KÜBLER-ROSS által először leírt haldoklási stádiumokat (KÜBLER-ROSS, E. 1997). CLOSE és sok más gondolkodó szerint a jelen rendszer haldoklik és az ábrán jelölt fázisok a való életben tetten érhetőek. CLOSE tehát egyértelműen az egyéni szellemi paradigmaváltást, a spiritualitás primátusát jelöli meg egy fenntartható rendszer alapjaként. Arra nem tér ki, hogy az a spirituális transzformáció, ami az ő esetében lezajlott, vajon tömegesen végbe megy-e a közeljövőben, s ha igen, hogyan.

A Gaia Trust által 1991-ben létrehozott Global Ecovillage Network (Globális Ökofalu Hálózat) által inspirált első ökofalvak létrehozása előtt már az 1960-as években több olyan, elsősorban spirituális alapon megszervezett ökológiai szemléletű közösségi kezdeményezés működött, mint a skóciai Findhorn, a Sri Lanka-i Sarvodaya vagy a NAAM mozgalom Burkina Fasóban. Magyarországon ilyen közösségek működnek a Somogyvámos melletti Krisna „ökovölgyben”, Gyűrűfűn, vagy a galgahévi Gaia Ökológiai és Vidékfejlesztési Alapítvány által életre hívott Galgafarmon. Az ökofalvak a fenntartható életmód működő példái. Még ha nem is kifejezetten spirituális alapokon szerveződnek, mint például a Krisna ökovölgyi, a spiritualitás ennek a fenntarthatósági modellnek a legfontosabb pillére. A globális ökofalu mozgalmat (GEN) elindító Gaiái Alapítvány az ökofalvak fenntarthatóságához három pillért jelöl meg: társadalmi, ökológiai, spirituális. Ahogy a „gyenge” fenntarthatósági modellnél, itt sem hierarchizáltak az egyes pillérek, látszólag mindegyik egyforma fontosságú.

## Spiritualitás

A címet olvasva a tudományosságon edződött olvasóban azonnal felmerülhet a kétely. El kell ismerni, Descartes óta a tudomány és a tudat szférái nem igazán voltak intim viszonyban. Mára ez a helyzet, elsősorban a kvantumfizikának köszönhetően jelentősen megváltozott. A tudomány a megismerésre, a tapasztalásra épít. A megismerésnek két főbb formáját az induktív és deduktív utat használja. Karl POPPER, a 20. sz. egyik legjelentősebb tudománysszociológusa bizonyította be, hogy induktív érveléssel semmit sem lehet bizonyítani, csak egy állítást meghamisítani, tehát a vizsgálatunk eredményeképpen csak valószínűségekhez jutunk (POPPER, K. 1992). Ez egybecseng a kvantumfizika azon

megállapításával, miszerint a kvantumok világában csak valószínűségekről beszélhetünk. A tudományos bizonyítás másik útja, a dedukció viszont abból indul ki, hogy a fejünkben lévő dolgok az elsődlegesek. Bármiféle tapasztalás, legyen az a külső világból az érzékszervek útján szerzett, vagy belül, a tudatban felismert, másodlagos tudás.

A kvantumfizika mára egyértelművé tette, az a fajta tudományos objektivitás amelyben a megfigyelő és a megfigyelt dolog tökéletesen szeparált, nem létezik. TELLER Ede a debreceni Kossuth Lajos Tudományegyetemen 1997-ben tartott „Schrödinger macskája” c. előadásának legelején megemlíti HEISENBERG azon mérőfüggvények számító, a megfigyelő és a megfigyelt dolog viszonyára vonatkozó megállapítását, amelyet HEISENBERG így fogalmazott meg egykor: „A tudomány többé nem objektív megfigyelőként áll szemben a természettel, ... beavatkozása révén a tudomány megváltoztatja és átformálja vizsgálata tárgyát. Más szóval: módszer és tárgy többé nem különválasztható.” (TELLER E. 1997, p. 202). A megfigyelt dolog tehát a megfigyelőtől függ, a megfigyelés kontextusában értelmezhető csupán. Egy legalább ilyen fontos kvantumfizikai megállapítás szerint, a fizikális világ elemeinek makroszinten érzékelt elszeparáltsága látszólagos, kellően mélyre szállva az anyagban azt vehetjük észre, hogy az egész világegyetem egy finoman összeszórt egységes egész, a makroszinten megmutatkozó sokféleség alapja az egység.

Amikor Schrödinger macskájának paradoxonját próbálta feloldani, a magyar származású WIGNER Jenő azzal állt elő, hogy a világ tulajdonképpen a nem-materiális tudatban születik meg. Ugyanazt állította, mint amit a buddhizmus már évszázadok óta. Amire WIGNER gondolt, és amit a buddhizmus vall, természetesen nem a hétköznapi tudat. (Ha az lenne, akkor mindenkinek a garázsában Mercedes állna.) A keleti tradíciókban világszellem (Brahman), Tao, nagy üresség, amit a modern megfogalmazás sokszor „kvantumtudatnak” nevez.

A. GOSWAMI, az Oregoni Egyetem kvantumfizikusa és B. HAISCH világszerte ismert asztrofizikus szerint a kvantumfizika oldaláról is bebizonyosodott az, amit a spirituális hagyomány nagyon régóta tanít: A világot a kozmikus tudat vagy más szóval kvantumtudat teremti (GOSWAMI, A. 1993; HAISCH, B. 2009). Érdekes észrevenni, hogy a tudományos teljesítmény csúcsának számító kvantumfizika képviselői közül sokan olyan dolgokat fogalmaznak meg, amelyek tökéletesen beleilleszkednek a spirituális hagyományok által képviselt felfogásba. A kvantumfizika, ahogy a tudományos megismerés általában, kifelé indul el, a külső anyagi világot vizsgálja, abba egyre mélyebbre hatolva. A spirituális utak éppen az ellenkező irányba, befelé a tudatba indulnak, a tudományos felfedezőhöz hasonlóan egyre mélyebbre hatolva. Úgy tűnik a keresők sok tekintetben hasonló dolgokat találnak. A fentiekben elmondottak azért lényegesek, mert rávilágítanak arra, hogy nem feltétlenül húzódik éles demarkációs vonal a külvilág tudományos, „objektív”, és a tudat spirituális technikákkal történő szubjektív megismerése között.

1. táblázat. A spiritualitás és vallás közti főbb különbségek

Spiritualitás	Vallás
Inklúzív Felfedező Egót („Kis én”) meghaladó A végső valóság írott v. szóbeli magyarázatok nélküli közvetlen megtapasztalása Isten = Kozmikus/Kvantum tudat A kettősség világán túlra, annak alapjára, az egységre figyel	Szeparáló Kitalál, fabrikál Egót erősítő Írott és verbalizált interpretációja annak, amit végső valóságnak hisz Isten = Valamiféle személyes, körülírt, körülhatárolt antropomorf imázs Megmarad a dualizmus szintjén, a formák világában – jó/rossz, menny/pokol, fény/árnyék, bűn/jó tett

A spiritualitás fogalmi tisztázását talán úgy a legegyszerűbb megtenni, ha azzal a jelenséggel összehasonlítva végezzük, amellyel sokszor özszemosódik. Ez a jelenség a vallás. A kettejük között fennálló különbségeket az 1. táblázat szemlélteti.

Az 1. táblázatban vázolt különbségeken túl fontos megjegyezni, hogy az egyes vallások – és az azokon belüli számtalan irányzat – valójában csak a felszínen különböznek, magyában mindegyiknél megtalálható az univerzális spirituális tartalom. Jól szemlélteti ezt az a tény, hogy szinte minden nagy világvallásnak van egy olyan ezoterikus, a mainstream által sokszor kiközösített irányzata, amely a saját kultúrkörének a szimbólumait használja, de ugyanazt a közös emberi spirituális tradíciót követi. Ilyen az iszlám esetében a szufizmus, a judaizmus esetében a kabbalah, a hinduizmus esetében a jóga, vagy a kereszténységénél a gnoszticizmus. Az egyik legnagyobb 20. sz.-i gondolkodó, HAMVAS Béla ezt több művében is kifejti.

Ahogy már említettük, minden vallásban ott van elrejtve a spirituális tanítás, de általában olyan sok a ráakódott ballaszt, vagy annyira kiforgatják a felkent magyarázók, hogy ezt a spiritualitást nehéz észrevenni. Álljon itt a Bibliából két, a spirituális alapokra utaló kijelentés: Az égő csipkebokorban Isten Mózes azon kérdésére, hogy miként nevezze őt majd a társainak, azt feleli, hogy ő a VAGYOK. Ez meglehetősen egybecseng a spirituális és kvantumfizikai istenfelfogással. Mint ahogy az a jézusi mondás is, miszerint a mennyország nem itt vagy ott van, az bennünk van.

A spirituális utazás-élmény szinte bármiféle formát ölthet, a zen csendes üldögélésétől, a jógagyakorlatokon át az extatikus szufi éneklésig vagy dervis táncig. Am spirituális élmény lehet egy templomban üldögélés, tánc a diszkóban, vagy a pacalpörkölt elfogyasztása is. A lényeg mindig ugyanaz. A pillanatnak való teljes odaadás, és közben a relaxált, de éber megfigyelése annak, ami történik.

Miért kell az éber megfigyelés? Az egyik legérzékletesebb hasonlat a tornádó. Kívül hatalmas sebességgel pörögnek a dolgok, de belül, a középpontban nyugalom van. A spirituális élmény, annak a megtapasztalása, hogy igazi valónk a nagy ÉN-ünk a valódi középpont. A kis én-ek, vagy egó változatok sora, az élet forгатaga pedig a tornádó középpont körül örvénylő része. Nevezik ezt meditációnak, vagy meditatív állapotnak is. A spirituális fejlődés elején könnyebb a középpont megtapasztalása nyugodt körülmények között, de ahogy a meditáció mélyül, úgy válhat azután már bármilyen helyzetben bármilyen tevékenység meditatívává.

A spirituális fejlődés leggyorsabb módja a legkülönbélebb meditatív technikák gyakorlása. A meditáció vallássemleges, és a vallások legtöbbször ismer valamilyen meditatív technikát. Nem kell hozzá Istenben hinni, de Istenhit mellett is gyakorolható. Olyan törvényszerűségekre ébreszt rá, amelyek ugyanolyan szilárd törvényei az univerzumnak, akár a fizika törvényei. A spirituális fejlődés automatikus „mellékterméke” a környezet, a mások iránti növekvő tisztelet. ZSOLNAI László (Corvinus Egyetem Üzleti Etika Központja) szerint a közgazdaságtan csak spirituális alapállásból reformálható meg (ZSOLNAI, L. 2011). E.F. SCHUMACHERhez, a kifejezés kitalálójához hasonlóan ő ezt buddhista közgazdaságtannak nevezi. VARGA Csaba, a Stratégiai Kutató Intézet elnöke A fenntartható társadalom esélye c. tanulmányában „spirituális poszt-piaci” szabályozásról beszél (VARGA Cs. 2012).

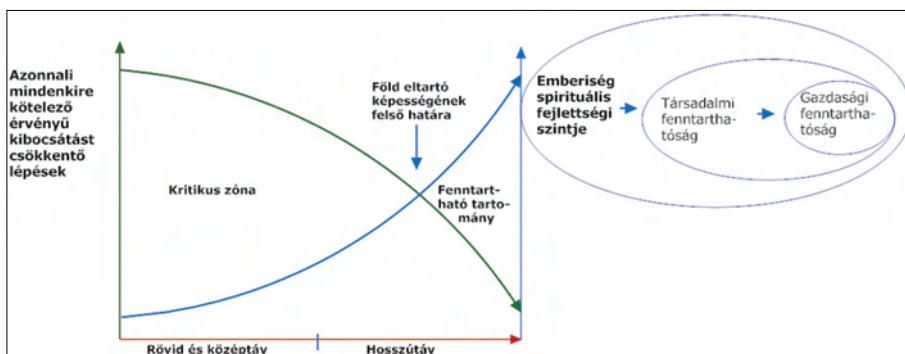
### **A spiritualitás mint a fenntarthatóság alapja: új fenntarthatósági modell – új lehetőségek**

A világ ökológiai kríziséért legnagyobb mértékben felelős, túlfogyasztó nyugati társadalom évszázadok óta a tudományra bízta magát. Úgy gondolta, hogy a tudomány az emberi lét minden problémáját képes megoldani. Egyre fájdalmasabban érzékelhető ennek az ellenkezője. Paradox módon a természettudományos hierarchia legmagasabb pontján helyet foglaló kvantumfizika látszik kimondani a tudomány primátusának megszűnését. Az elmúlt pár ezer év arra is bizonyíték, hogy a vallás is képtelen volt valódi tudati és értékrendbeli paradigmaváltást elérni.

Mi az, ami ténylegesen esélyt teremt egy hosszú távú fenntartható emberi léthez? Az évszázadok óta a birtoklást, szerzést, növekedést, pénzt a középpontba állító, mára elképesztő mértékben túlfogyasztó társadalmak hogyan lesznek képesek lemondani arról, amihez eddig hozzászórtak? Mi az, ami cserébe elég meggyőző ahhoz, hogy egy ilyen paradigmaváltást katalizáljon, ami rábír egy szerzésre szocializálódott embert, hogy engedje el azt, amit eddig mohón megragadott? Bebizonyosodott, hogy nem a tudomány és nem is a vallás.

A hosszú távú fenntarthatóság csak egy, a spiritualitást a középpontba állító globális szellemi átváltozás következménye lehet. Az új rendszerben a fenntarthatóság, a harmonikus emberi létezés alapjául szolgáló természeti környezet megóvásán kívül elsődlegesen a spirituális értékek megőrzését, fenntartását jelenti. A fejlődés elsődlegesen a spirituális értékek gyarapítását jelentő, minőségi növekedés lehet. Ezt a növekedést nem kell korlátozni. (Egyedüli felső „korlátja” a megvilágosodás.) A spirituális növekedéssel párhuzamosan nő az ember alkotta mikro- és makrokörnyezet harmóniája, és vele együtt nő az ember alkotta környezet és a természeti környezet harmóniája. A megemelkedett harmóniaszint további spirituális növekedés táptalaja.

A természeti környezet a fenntarthatóság kiemelt pilléréként jelenik meg az „erős” fenntarthatósági modellben, de a szellemi paradigmaváltásról, a spirituális oldal fontosságáról nem esik szó. A Jean-Paul CLOSE által megalkotott modellben a spirituális transzformáció válik a „fenntarthatokrácia” (sustainocracy) előfeltételévé hosszú távon, viszont nem kap elég hangsúlyt a környezeti katasztrófa elkerülésének rövid és középtávú imperatívusza. A Gai Trust-féle fenntarthatósági modellben a környezet mellett megjelenik a spiritualitás fontossága, de nem állapít meg a rendszer rövid, közép és hosszú távú prioritásokat, és nem hierarchizálja a három fenntarthatósági területet. A három modell erősségeit megtartva és a hiányosságait kiküszöbölve létrehozható egy olyan modell, mely differenciáltan mutatja be a fenntarthatósági tényezők fontosságát (2. ábra).



2. ábra. A spiritualitás központú fenntarthatóság modell

### A spiritualitás-központú fenntarthatósági modell jellemzői

A 2. ábrán látható modellen a zöld görbe a mindenkire kiterjedő kibocsátást csökkentő, jogilag kötelező érvényű szabályok egyre kisebb jelentőségét jelzi, míg a kék görbe a globális spirituális szint emelkedését. Természetesen csak a

spirituális szint emelkedésével csökkenhet a kötelező, környezetet óvó normák jelentősége. A magasabb szintű spiritualitás a környezeti harmónia visszaállítása mellett természetes módon fenntartható társadalmat és az e társadalom által működtetett fenntartható gazdaságot eredményez.

A modell abból az alapfeltevésből indul ki, hogy azoknak a tudósoknak, akik szerint a GHG kibocsátási szint tetőzésének 2020 előtt, 2015–2017 körül kellene legkésőbb bekövetkeznie, igaza van. A modell további alapfeltevésként fogadja el annak a prioritását, miszerint rövid és középtávon az ökoszisztéma összeomlásának elkerülése az elsődleges feladat. E nélkül, irreleváns bármiféle továbbgondolkodás. A harmadik, stratégiai szempontból legfontosabb alapfeltevés pedig az, hogy hosszútávon kizárólag az emberiség spirituális fejlődése, a szellemi paradigmaváltás biztosíthatja a fenntarthatóságot, előzheti meg a visszarendeződést.

Felmerülhetne ugyanis az ellenvetés: Amennyiben a drasztikus kibocsátást csökkentő lépések, a technikai innováció, a kapitalizmus „kizöldítése” eljuttathatja a világot a modellben jelölt eltartó képességi pontig, vagy az alá, akkor egyáltalán minek van szükség spirituális átalakulásra? A kapitalista rendszer logikájából és az évszázados gyakorlatból következő gravitáció miatt szinte biztosra vehető a visszarendeződés. Erre jó példa a bevezető részben már említett 2008-as válság után irdatlan összegekkel konszolidált amerikai megabankok viselkedése. Egyszerű logikával azt is mondhatnánk, kutyából nem lesz szalonna. A gazdasági, politikai, tudományos és vallási vezetők több évszázados, az élet minden területére kiterjedő uralkodása az összeomlás szélére juttatta a világot, ökológiai, társadalmi és gazdasági szempontból egyaránt. A külső problémák hosszú távú megoldásához az út először befelé vezet.

## IRODALOM

- ALMÁSI M. 2012. A megoldhatatlan. – Kritika 3. 9–11. (online) [http://www.kritikaonline.hu/kritika\\_12marcius\\_almasi.html](http://www.kritikaonline.hu/kritika_12marcius_almasi.html)
- ANDEREGG, W.R.L.–PRALL, J.W.–HAROLD, J.–SCHNEIDER, S.H. 2010. Expert credibility in climate change. – Proc. Natl. Acad. Sci USA. 107. 27. 12107–12109.
- CLOSE, J.-P. 2012. Why people avoid spirituality. (online). <http://marktleaderschap.wordpress.com/2012/09/30/spirituality-and-sustainability/>
- Credit Suisse Global Wealth Databook 2011. (online) [http://infocus.credit-suisse.com/data/\\_product\\_documents/\\_shop/324292/2011\\_global\\_wealth\\_report\\_databook.pdf](http://infocus.credit-suisse.com/data/_product_documents/_shop/324292/2011_global_wealth_report_databook.pdf)
- DALY, H. 1996. Beyond growth: The economics of sustainable development. – Beacon Press, Boston.
- GOSWAMI, A. 1993. The self-aware universe. – Putnam Books, Jeremy Tarcher, New York.
- HAISCH, B. 2009. The god theory: The: Universes, Zero-Point Fields and What's Behind It All. – Red Wheel–Weiser, Maine.
- HALL, J.W.–BROWN, A.–NICHOLLS, R.J.–PIDGEON, N.–WATSON, R. 2012. Proportionate adaptation. – Nature Climate Change 2. 12. 833–834.

- HARVEY, F. 2011. World headed for irreversible climate change in five years. – IEA warns, The Guardian, 9 November. (online) <http://www.guardian.co.uk/environment/2011/nov/09/fossil-fuel-infrastructure-climate-change?fb=ative>
- IKERD, J. 2005. Sustainable Capitalism: A Matter of Common Sense. – Kumarin Press Inc. 97–203.
- International Institute for Sustainable Development 2012. Sustainable Development Timeline. – Winnipeg, Manitoba, Canada, 12 p.
- KÜBLER-ROSS, E. 1997. On death and dying. – Scribner, New York.
- NURSE, K. 2006. Culture as the Fourth Pillar of Sustainable Development. – Marborough House Pall Mall, London, 40–46.
- POPPER, K. 1992. The logic of scientific discovery. – Routledge, London.
- ROWLANDS, D. *et al.* 2012. Broad range of 2050 warming from an observationally constrained large climate model ensemble. – Nature Geoscience 5. 256–260.
- STRANGE, S. 1986. Casino capitalism. – Basil Blackwell, Oxford.
- TELLER E. 1997. Schrödinger macskája. – Fizikai Szemle 7. p. 202.
- Transition Culture 2012. Interview with Jorgen Randers: It's the story of humanity not rising to the occasion. (online) <http://transitionculture.org/2012/08/17/an-interview-with-jorgen-randers-its-the-story-of-humanity-not-rising-to-the-occasion/>
- TURNER, G. 2008. A Comparison of the Limits to Growth with Thirty Years of Reality. – CSIRO, June.
- VARGA Cs. 2012. A fenntartható társadalom esélye. – INCO 14. (online) <http://inco.hu/inco13/global/cikk1h.htm>
- WIEDEMER, R. *et al.* 2006. America's bubble economy. – John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey.
- WIEDEMER, R. *et al.* 2010. Aftershock. – John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey, 86–90.
- World Economic Forum 2010. More Credit with Fewer Crises: Responsibly Meeting the World's Growing Demand for Credit. – WEF, Geneva, 25–30.
- ZSOLNAI, L. 2011. Ethical Principles and Economic Transformation – a Buddhist Approach. – Issues in Business Ethics, Springer.

## **A szociálgeográfia helye a falukutatásokban**

NAGYNE MOLNÁR MELINDA<sup>1</sup>

### **Function of the social geography in village research**

There are a lot of methods for description of the regional problems. The problem and its geographical place determine the research-methods. Social geography is one of the most important regional sciences. It has got special method for description of the regional problems. According to social geography the regional and social structures are determined by seven low-level-functions: work, traffic- communication, home, supply, education-culture, holiday, and community. We can examine these functions mainly in case of settlements: villages and towns. There was a close connection between the beginning of the social geography and village research in Hungary. In this study my first aim to present the connection of social geography and village research and their evolution in Hungary. The second aim to introduce the adaptation of the social geography methods illustrate by description of the functional regional structure of villages.

**Keywords:** social geography, village research, interdisciplinary, mental map

### **Bevezetés**

A területi jelenségek leírására, az összefüggések értelmezésére különböző módszerek alkalmazhatók. A problémafelvetés, annak területi léptéke nagyban meghatározza, hogy mit, hogyan lehet és érdemes vizsgálni. A kisebb területi léptékben létrejövő területi struktúrák, társadalmi jelenségek jobb megismerésében a szociálgeográfiának fontos szerepe volt és van. E tanulmány célja annak összefoglalása, hogy a szociálgeográfiának hol a helye a térkutatásokban, közelebbről a falukutatásokban.

---

<sup>1</sup> Egyetemi docens, Szent István Egyetem GTK, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő.

## A szociálgeográfia helye a területi kutatásokban

A szociálgeográfia általános értelemben az emberföldrajz kutatási iránya, amely a társadalom és a tér összefüggéseivel csoportspecifikusan foglalkozik (BERÉNYI I. 1997). A szociálgeográfia nem a társadalmi szemléletű földrajzi ágazatok összessége vagy helyettesítője. A társadalomföldrajz különböző diszciplínáit – mint amilyen többek között a népességföldrajz, gazdaságföldrajz, településföldrajz – nem egyszerűen asszimilálja, nem egyszerűen ismereteket szintetizál, hanem a térszerkezeti sajátosságokat és folyamatokat a társadalmi aktivitásra vezeti vissza (BERÉNYI I. 1992; BECSEI J. 1998).

A tudományterület kifejlődésében jelentős szerepet játszott az emberföldrajzon belüli *posszibilista és funkcionális* irányzatok megjelenése. Az előbbi elsősorban VIDAL DE LA BLACHE munkásságának köszönhetően az ember térbeli jelenségeinek társadalmi okokra való visszavezetésével, s ezek alapján az ún. *életformacsoportok* lehatárolásával tett fontos lépést a szociálgeográfia felé (VIDAL DE LA BLACHE, P. 1903). Az utóbbi a társadalmi tér *komplex funkcionális szerkezetként* való értelmezésének igényével, s ezáltal – elsősorban DIRK PARTZSCH érdemeként – az alapfunkciók kialakításával és felhasználásával végzett területi kutatásokkal (BERÉNYI I. 1997).

A szociálgeográfia lényegében azon a ponton született meg, amikor a geográfia új alapkérdést fogalmazott meg magának: „*hogyan tevékenykedik az ember a térben?*”. Abból a földrajzi irányzathoz született tehát meg, amelyben egyre inkább az *ember*, mint társadalmi lény térbeli aktivitásának vizsgálata került középpontba (BERÉNYI I.–TINER T. 1988; CSÉFALVAY Z. 1990). Ennek volt szükségszerű velejárója, hogy közeledni kezdett a szociológia, mint társtudomány felé. Egyesek szerint éppen ezért a szociálgeográfia a geográfián belüli „*sociologizáló*” irányzatnak is tekinthető, amely a szociológia eredményeit, módszereit, téziseit is éppúgy alkalmazza, mint a geográfiáét (CSÉFALVAY Z. 1990).

A szociálgeográfia kiindulópontja, hogy az általa vizsgált, lehatárolt tér, a benne létrejövő társadalom nem tekinthető homogén egységnek, hanem minden esetben egy térben és időben is rétegzett képződménynek. Célja vizsgálni egyrészt a társadalom (egy-egy csoportjainak) tevékenységét, és azt is, hogy ennek milyen térbeli következményei vannak. A szociálgeográfiai vizsgálatokban máig használatos Partzsch társadalmi alapfunkció-struktúrája, amely használható kerete a területi vizsgálatoknak. Ennek értelmében a szociálgeográfiai vizsgálat hét dimenzió kutatását jelenti (BERÉNYI I. 1992): 1. a munka, 2. a „lakás” mint (otthon végzett) tevékenység, 3. a különféle ellátási formák és szolgáltatások igénybe vétele, 4. a képzés és művelődés, 5. a szabadidő eltöltése, 6. a közlekedés és a kommunikáció, 7. a közösségi élet.

BERÉNYI (1992) véleménye szerint ezek a dimenziók úgy foghatók fel, mint az emberi lét megnyilvánulásának olyan alapfunkciói, amelyek egymással és a természeti környezettel is sokoldalú függőségi viszonyban vannak.

Valamennyi alapfunkciónak minden helyen egyedi és speciális térigénye van (BERÉNYI I. 1992). A társadalom térbeliségének fentebb bemutatott szociálgeográfiai célú funkcionális vizsgálata érthetően igazán kis területi léptékben, leginkább települési szinten lehetséges.

A szociálgeográfiai vizsgálat csoportképzésen alapuló vizsgálat. Ennek módozatai rendkívül sokfélék lehetnek. Alapja lehet például a térbeli együttélés, vagy a társadalmi, gazdasági munkamegosztásban való részvétel (BERÉNYI I. 1992). Abból indulunk ki tehát, hogy az alapfunkciók megvalósítása során kialakuló aktivitási tér szükségszerűen csoportokba rendezi az érintett társadalmat. Példáival szemléltetve a *munka* alapfunkciójának vizsgálata szükségszerűen kijelöli az egyes gazdasági szektorokban való vizsgálódást. A „lakás” mint alapfunkció vizsgálata során elkülönülnek a frekvenciánál magasabb helyeken, és a perifériákon élők. Az *ellátás-szolgáltatás* alapfunkció vizsgálata szükségszerűen maga után vonja a különböző ellátási színvonalakra berendezkedett társadalmi csoportok külön-vizsgálatát is. A *képzés-művelődés*, valamint a *szabadidő eltöltés* alapfunkciója sem csak általában, hanem a különböző társadalmi csoportok külön vizsgálatában nyer értelmet: másként értelmeződik a fiatal korcsoportokban, másként az idősebbek esetében, de a kvalifikáltságtól függően is különböző lehet a végeredmény. A *közösségi élet* vizsgálata is csoport-bontást kíván, hiszen egy település szakrális közösségei, civil mozgalmi sem általában mindenkit, hanem különböző közösségeket mozgatnak meg. A *közlekedés és a kommunikáció* mint alapfunkció is mást jelent például az ingázóknak és a helyben foglalkoztatottaknak.

Mivel a társadalmi struktúrákat más tudományok is kutatják, ezért az alábbiakban áttekintést adok arról, hogy a település-vizsgálatokban a szociálgeográfia és a fontosabb társtudományok hogyan kapcsolódnak össze.

### **A szociálgeográfia és társtudományainak kapcsolata**

A település nemcsak a szociálgeográfia, hanem számos más tudomány bizonyos ágainak is vizsgálati, kutatási tárgya. Ilyen többek között a demográfián belül a településdemográfia, a néprajzon belül a településnéprajz, a történeti jellegű tudományokon belül a településtörténet, a statisztikán belül a településstatisztika, a marketingtudományon belül a településmarketing, vagy a szociológián belül a településszociológia. Épp ez utóbbi, a településszociológia az a tudomány-szakág, amelynek kapcsolódása a szociálgeográfiával rendkívül szoros. BERÉNYI (1997) nézőpontja szerint a szociálgeográfia és a településszociológia kutatási területe között – főképpen az eltérő település-értelmezésre visszavezethetően – tetten érhetőek lényeges különbségek, noha a Chicagói iskolához kötődő humánökológiát vagy szociálökológiát a szociálgeográfia angolszász-amerikai fő irányának tartja (BERÉNYI I. 1997). A szociálökológia

mások megközelítésében az elsők között szakszociológiává váló településszociológia „ősének”, annak egy klasszikus elméletének tekinthető (ANDORKA R. 2003; GIDDENS A. 2003; BOROS L. 2010). A szociálgeográfia és a településszociológia között érdemes számba venni a fontosabb különbségeket:

– A szociálgeográfia születésekor a figyelem középpontjába a társadalmak és embercsoportok alapfunkcióinak térbeli szerveződés-formáit és térformáló folyamatait helyezte (CSÉFALVAY Z. 1989). A humánökológia, mint a településszociológia kezdete pedig a városlakók magatartása és a tágan értelmezett környezeti tényezők közötti összefüggések kutatását tűzte ki célul (BARAKONYINÉ WINICZAI K. 1997).

– A szociálgeográfia számára a különböző szociálgeográfiai csoportok térreleváns magatartásmódja a fontos, vagyis olyan társadalmi aktivitásnak a kutatása, amelynek térbeli hatása van, vagy lehet (BERÉNYI I. 1997). A településszociológia viszont társadalmi osztályokkal, érdekcsoportokkal, szubkultúrákkal stb. dolgozik, függetlenül azok térformáló szerepétől.

– A szociálgeográfia elméletét alapvetően meghatározza az a paradigma, amely a konkrét település társadalmi csoportjainak térbeliség- kutatására épül a hét alapfunkció alapján. Eredendően követi tehát a hét társadalmi alapfunkció mentén történő logikai struktúrát, ettől lényegesen nem térül el (BERÉNYI I. 1997). Ezzel szemben a településszociológia egyrészt számos, egymással vitázó irányzatot (elméletet) tömörít, úgymint neomarxizmus, posztstrukturalizmus, posztmodern stb. (BOROS L. 2010). A településszociológiai vizsgálatokban másrészt olyan kérdésekre is hangsúly helyeződik mint a helyi szokások, életmód-minták, értékrendek, kultúra (BARAKONYINÉ WINICZAI K. 1997; GIDDENS A. 2003).

– A szociálgeográfia kutatási területe egyértelműen a település vagy településrész, annak térkapcsolatai. A településszociológia viszont jóval tágabb térbeli viszonyokra is tekintettel van, hisz olyan kérdésekre is figyelmet fordít, mint például a globalizálódó gazdaság városokra gyakorolt hatása, vagy a versenyképesség és sikeresség kérdése (BOROS L. 2010).

Az, hogy az egyes tudományok, tudományterületek más-más szemléletben közelítenek ugyanazon területi, társadalmi struktúrához; értelmezésbeli különbségekhez vezet. Az eltérő értelmezésre jó példa a *falú* fogalma. A falú településföldrajzi értelemben a települések beépítésén, alaprajzainak értékelésén, az utcahálózatuk szerveződésének, formakincsének leírásával nyer értelmet. Elsősorban tehát a formából indul ki és abból von le következtetéseket. Vizsgálati kategóriái is ún. formaelemek és formacsoportok (BECSEI J. 2007). Szociológiai értelemben viszont a falú egy olyan társadalmi struktúra, amely kapcsolatrendszerében, normakövetésében, kollektív gondolkodásában, életmódjában stb. egyedi, karakteres vonásokat hordoz. A szociálgeográfia ugyanakkor a falút mint funkcionális egységet vizsgálja az alapfunkciókon keresztül megteremtett csoportvizsgálatokban. Az alábbiakban a szociálgeográfia és a falú kutatások összekapcsolódását követjük nyomon.

## A falukutatások és a szociálgeográfiai vizsgálatok

A falvakra irányuló szociálgeográfiai kutatások kezdete Magyarországon szorosán összekapcsolódott a falukutató mozgalmak 20. sz. eleji működésével. Az ilyen mozgalmakat elindító ügy (a falusi társadalmi problémák, az urbanus-rurális tér dichotómiájában bekövetkező gyors változások társadalmi, gazdasági, térbeli konzekvenciáinak megértése stb.) ugyanis szinkronban volt a szociálgeográfia által célzott kérdésekkel.

A falukutató mozgalmak nem egyetlen célból születtek. Viszont közös volt bennük az az alapelv, hogy *a falusi vidéki társadalmi tér megismerése nélkül nem érthetjük a társadalmi folyamatainkat, nem értelmezhetjük a globálisabb gazdasági trendeket sem.* Az is igaz ugyanakkor, hogy a falukutató mozgalomnak nem minden része volt tudományos céloknak alárendelt munka. Visszatekintve a történelmi időkre megállapíthatjuk, hogy a klasszikus tudományos igényű falukutatások mindig egy-egy konkrét vidék-jelenséget, társadalmi, gazdasági problematikát helyeztek fókuszba, olyan jelenségeket, amelyek az adott helyen és időben aktuálisak voltak. A kutatások sohasem egyetlen tudományterülethez kötődtek. Éppúgy megvolt bennük a helye az agrártudománynak, mint ahogyan a szociológiának és természetesen a társadalomföldrajznak, szociálgeográfiának is, amelyek mindegyike konkrét *terepi vizsgálatokra* építette a mondanivalóját.

Kezdetben a falukutatásokat elsősorban a *szociális érzékenység, a felelősség, a falusi társadalom megismerése, a paraszti polgárosodás segítése, az agrártársadalom megújítása, életkörülményeinek javítása* mozgatta. Az igen eltérő ideológiai alapokon álló csoportoknak a munkásságában nem egyformán mutatkozott meg a tudományos színvonalra való törekvés. Közös vonásuk volt azonban, hogy erősen kapcsolódtak a fiatal értelmiségi generációkhoz, különféle ifjúsági mozgalmakhoz (DEÁKY Z. 2007).

Az egyik legkorábbi és legnagyobb falumonográfia-kezdeményezés, amely már vitathatatlanul tudományos alapokon nyugodott; a 19. sz. végi agrármozgalmak keretében a Magyar Gazdák Szemléje c. folyóirat köré szerveződött. Legfőbb célja a mezőgazdaságból élők *érdekszerveződésének, a mezőgazdaság fejlesztésének* elősegítése volt. A BODOR Antal nevéhez kapcsolódó korai irányzat az 1930-as évek közepén már módszertani alapokat is lefektetett (BODOR A. 1935).

A *társadalmi célú faluvizsgálatok kezdeményezőjének* a 20. sz. elején a Társadalomtudományi Társaság és a Huszadik Század folyóirat tekinthető. A tudományos igényű társadalomkutatások kezdeteit a szociográfiai szakosztály megalapításával jegyezzük. A szakosztályt az a BRAUN Róbert alapította, aki *A falu lélektana* c. művében a *Kérdőív és mintaválasz egy tervezett szociográfiai főlvetelhez* címmel az elsők között publikált kérdőíves felmérést monografikus igényű kutatás keretében 1913-ban (BRAUN R. 1913).

Az I. világháborút követően, összefüggésben a trianoni békediktátum sokkhatásával jelentős szemléletváltás ment végbe a falukutatásban. Trianon következményeként a térbeli kutatásokat is körülölelte a *nemzet-identitás* formálás szándéka, egy olyan eszmeiség, amely kimondva, vagy kimondatlanul összekötötte a határon belüli és kívüli kutatókat és értelmiségieket, a gazdasági, társadalmi, közösségi szervezeteket. Ami a falukutató műhelyek munkáját illeti, fölerősödött a *mozgalom-jelleg*. A műhelyek munkája Magyarországon és az elcsatolt területeken létrejövő falukutató csoportokban is egyszerre szolgáltatta a falvak megismerését és a nemzeti identitás formálását, a nemzetegység megélését. A fontosabb falukutató műhelyek általában egyetemekhez kötődtek, de felekezeti és politikai ideológiai alapon is szerveződhetnek.

Ilyen volt Budapesten a Bartha Miklós Társaság, Szegeden a Bethlen Gábor Kör és a Szegedi Fiatalok Művészeti Kollégiuma, Debrecenben az Ady-társaság, Sárospatakon a Sárospataki Főiskolai Faluszeminárium, Sopronban a Magyar Társaság Falukutató Intézete, Romániában az Erdélyi Fiatalok, Csehszlovákiában a Sarló-mozgalom, de a protestáns Soli deo Gloria Szövetség, valamint a katolikus Szent László kör is ilyen volt. Természetesen hasonló indítékkal más kisebb csoport, kör, egyesület is alakult a történelmi Magyarország egész területén.

A nemzettudat erősítésének megjelenése a falukutatásokban mint cél, azt szolgálta, hogy a lehetőségekhez mérten mentálisan egyben lehessen tartani a szétszakított nemzettestet mentálisan egyben kell tartani; és ez egyértelműen túlmutatott a korábbi falukutató célokon. Itt fontos megjegyezni, hogy a határon túl a falu felé fordulást a nemzettudat megőrzése céljával az is egyértelműen indokolta, hogy a kisebbségi magyar társadalom az utódállamokban döntően falun élt. Így a kisebbségbe került magyar kultúra megmaradása érdekében egyértelműen a népi kultúra felé kellett és lehetett igazán fordulni (BÁRDI N. 1998).

A 20. sz. közepére a falukutatások másik, egyre inkább fókuszba kerülő legfontosabb kérdése az *agrárkérdés* volt. Ez nyilvánvalóan összefüggött a falusi vidéki megélhetés megannyi, hosszú ideje megoldatlan problémájával. Sürgető feladatot jelentett a mezőgazdaság tulajdon- és szervezeti rendszerének reformja, a paraszti polgárosodás elősegítésének mikéntje, a tanyásodás dilemmái, a termelési-technológiai és a piaci szerkezetváltás küszöbön álló reformja.

Az agrárkérdéssel nagyon szorosan összefüggött a falukutató mozgalmakban a *szociálpolitikai* problémák vizsgálata is. Nem véletlen, hogy számos kiváló szociográfia született a korabeli agrártársadalomban végbement változások leírására, amelyek egy-egy társadalmi csoport, réteg vagy tájegység, település életmódját írták le. Különlegességük, hogy míg a nyugati irodalmakban nem igazán alakult mindez önálló műfajjá, Magyarországon jelentős korszaka bontakozott ki az 1930-as években, a népi írók mozgalmaként. Néhány kiemelkedő alkotás ebből a korból: OLÁH György: Hárommillió koldus (1929); NAGY Lajos: Kiskunhalom (1934); ILLYÉS Gyula: Puszták népe (1936); VERES Péter:

Az Alföld parasztsága (1936); SZABÓ Zoltán: A tardi helyzet (1936) és a Cifra nyomorúság (1938); FÉJA Géza: Viharsarok (1937); ERDEI Ferenc: Futóhomok (1937); KOVÁCS Imre: A néma forradalom (1937).

A szociálgeográfia, szemben a szociográfia gyors kibontakozásával, rendkívül lassan szivárgott be a falukutatásokba. A kvalitatív geográfiai irányzatok közé tartozó szociálgeográfia sokáig csak az irodalomismertetések szintjén bukkant fel a magyar szakirodalomban (CSÉFALVAY Z. 1989). A legtöbb munkában a hagyományos településföldrajzi és az új szociálgeográfiai gondolkodás sokáig együttesen volt jelen úgy, hogy ez utóbbi fokozatosan felerősödött az előzővel szemben (BERÉNYI I. 1997).

E tudományos műfaj hazai megjelenésének nem az egyetlen ismérve a *megkésetttség*. Fontos ismérve az is, hogy a pártállami diktatúra jelentősen *beszabályozta a mozgásterét*. Mivel a rendszer nem csupán a politikai, hanem valamennyi társadalmi, területi struktúrát is újragondolt, így újraértelmeződött többek között a falu-ügy is, és újraértelmeződött a tudományok célrendszere is. Új igényeknek kellett megfelelni. A térkutatásokban a cél mindenekelőtt olyan ismeretek feltárása lett, amelyek elengedhetetlenek voltak az államhatalom központosított vezérléséhez, az általa teremtett gazdasági-társadalmi folyamatok jellemzéséhez (CSÉFALVAY Z. 1989). Ebben az új miliőben a történeti gyökerekkel rendelkező falukutató mozgalomnak nem igazán volt helye, így a falukutatások lendülete is egyértelműen alábbhagyott. A szociálgeográfiai jellegű településkutatásoknak lényegében három fő vonulata alakult ki Magyarországon:

– Az első fő irányvonal a települések belső tagozódását főleg a statisztikákra (pl. a rendelkezésre álló népszámlálási adatokra) építette az elemzései során. Erre jó példa THIRRING L. (1932) vagy BECSEI J. (1988) tanulmánya.

– A másik irányzat a statisztikai elemző és empirikus kutatási módszereket együttesen alkalmazta, mint ahogyan azt például SÜLI-ZAKAR I. (1981); MÉSZÁROS R. (1982) és DÖVÉNYI Z. (1985) műveiben láthatjuk.

– A harmadik irányzatban intenzív empirikus kutatások, erősen „szociologizált” tartalmak a jellemzőek, például CSÉFALVAY Z. (1985), vagy TIMÁR J. (1985) munkáiban.

### Napjaink falu (vidék)-kutatásai

Az 1989-es politikai rendszerváltást követően számos, a falvak életét is meghatározó tényező megváltozott. A kárpótlás, a privatizáció, a szövetségi átalakulás törvénybe iktatása a vidéki gazdaságban és társadalomban is alapvetően új helyzetet teremtett. A gazdasági, társadalmi, politikai átrendeződések nyomán a *tér* értéke újraértelmeződött. A falvak és városok egy része hanyatlásnak indult, más falvak és városok számára viszont épp a rendszerváltás tette lehetővé a kiugrást. A falukutatások új lendületet kaptak, annak ellenére, hogy a gazdaság

motorjai ma is eredendően az urbánus terek; hogy a társadalmi, gazdasági innovációk sem a rurális térben születnek meg zömmel, és hogy a falusi népesség szám szerint is olyannyira összezsugorodott, hogy míg 1950-ben a lakosság csaknem 70%-a falvakban lakott, addig napjainkra ez csupán 30% körüli.

A rendszerváltás után tapasztalható „falu felé fordulást” – hasonlóan a 20. sz. elején tapasztaltakhoz – visszavezethetjük arra a felismerésre, hogy a falvak ma sem megkerülhetőek egy tágabb térség versenyképessége, az ország munkaerőpiacának, a társadalom jólétének jövője szempontjából. Az urbánus terektől megkülönböztetett vizsgálatukra azért is szükség van, mert bár ugyanazon globális társadalmi, gazdasági kihívásoknak kell a falvoknak is megfelelnie, mégis számos egyedi vonásuk van, amelyek befolyásolják az életképességüket. Országunk területének nagyobbik fele falusi, vidéki tér, ezért nem tekinthető e kérdés parciális jelentőségűnek.

A falusi-vidéki társadalmi, gazdasági, környezeti problémák tisztázására számos kutatás indult a földrajztudomány, a szociológia, a közgazdaságtudomány, az agrártudomány, a politikatudomány területén. A születő munkák kisebbik részének volt célja terepi mélyfúrások végzése. Ilyenek például SÜLI-ZAKAR I. (1980); TIMÁR J. (1985); BÓHM A. (2000); CSIZMADIA T. (2000); TÁLL É. (2000); KOVÁCS D.–MOLNÁR M. (2000); DURÓ A. (2001, 2011); BALOGH A. (2008); KOVÁCS K.–SOMLYÓDINÉ PFEIL E. szerk. (2008); FARKAS T. (2010a,b); BAJMÓCZY P. (2011); CSAPÓ T. (2011); MOLNÁR M. (2011) és BAJMÓCY P.–BALOGH A. (2012) munkái.

A legtöbb tudományos munka a falusi, vidéki jelenségek értelmezését nem elsősorban egyedi települések szintjén, hanem tágabb térségi viszonylatban kutatta. A teljesség igénye nélkül ide tartoznak MÉSZÁROS R. (1982); DÖVÉNYI Z. (1985); BAJMÓCY P.–BALOGH A. (2002a,b); G. FEKETE É. (2004); KOVÁCS K.–SOMLYÓDINÉ PFEIL E. szerk. (2008); OBÁDOVICS Cs.–KULCSÁR L. (2008); VÁRADI M.M. szerk. (2008); KÁPOSZTA J. *et al.* (2010); KASSAI Zs.–RITTER K. (2011); OBÁDOVICS Cs. *et al.* (2011) és SZABÓ L. *et al.* (2011) munkái.

A fentiek mellett kialakult egy olyan vidéki (általában véve területi) problematika-kutatás is, amely elsősorban módszertani kérdéseket taglal, a probléma-kezelési lehetőségek forгатókönyveinek, a tapasztalatok modellezésének összegzésével. Ilyenek például DÁVID L. *et al.* (2003, 2007); KOZÁRI J.–TÓTH K. (2005), valamint TÓTH T. szerk. (2009) munkái.

### A falukutató hagyományok újjáélesztés

A vidék-különböző aspektusú problematikáival foglalkozó kutatók viszonylag nagy száma ellenére több mint húsz évvel a rendszerváltás után sem beszélhetünk napjainkban igazán a 20. sz. elejét meghatározó formátumú *mozgalomjellegről*. Mozgalomról úgy vélem akkor szólhatnánk, ha a külön-külön végzett kutatások egymásba kapcsolódnának, egymásból származnának, ha köztük

kommunikáció lenne, és ha lenne valami távlatos közös vezérgondolatuk, üzenetük. Az, hogy ilyen falumozgalom napjainkban végső soron nem született, sokféle okra visszavezethető.

A kérdés nyilvánvalóan összefügg azzal, hogy a vidék-ügy ma a száz évvel korábbi társadalmi, gazdasági vidék-ügyhöz képest sokkal bonyolultabbnak tűnik. Korábban ugyanis sokkal egyveretűbb volt a falusi vidéki tér, lényegében az agrárium határozta meg a helyzetét. A problémahalmaza is egyértelműen visszavezethető volt néhány kiemelt fontosságú tényezőre, mint amilyen például az agrármegélhetés, vagy a paraszt-polgárosodás kérdése. Mivel a bajok gyökere és egyben a megoldások kulcsa világos pontokra visszavezethető volt (úgy mint az agrárkérdés, a szociális ellátórendszerek kérdése vidéken), így könnyebben lehetett az erőket egy irányba mozgósítani.

A falusi vidék ma ezzel szemben meglehetősen sokarcú. Igen problémásnak tűnik egységes mozgalom zászlaja alá rendezni a tartalmukban egymástól meglehetősen eltérő olyan vidék-ügyeket, mint például az agrármegélhetési problémákat, a rozstdaövezetek problémáit, a különféle társadalmi, környezeti konfliktusokat stb. Ráadásul a vidéki problémákkal foglalkozó polgári, értelmiségi réteg sem „harcos” úgy, mint a száz évvel korábbi elődök. Ugyancsak a klasszikus falumozgalom újraélesztését hátráltatja az a tény is, hogy a térkutatások a rendszerváltást követően alárendelődtek egy praktikus, új keletű „projekt” szemléletnek.

A gödöllői Szent István Egyetemen többféle falu-(vidék)kutatás is elindult a rendszerváltást követően. Ezek között 2006-ban kezdődött az a falukutató munka, amely egyértelműen a klasszikus falukutató mozgalmak újraélesztését, szellemi örökségének továbbvitelét célozta meg. Abból indultunk ki, hogy *a falukutató történetileg is megfogalmazott céljai és a jelenkori célok eredendően összhangba hozhatóak*. Az is motivált bennünket, hogy a falukutató munka jól szolgálhatja a jövő vidék-kutatóit, de általában a vidéki térbe irányuló szakemberképzést is. És mivel a falukutató nagy történeti múltra visszatekintő módszertannal rendelkező mozgalom; adatbázisaik, gyűjtéseik is rendelkezésre állnak, ezért ezt a kutatást nem elkezdni, hanem folytatni kell. Ebben a munkában DEÁKY Zita (társadalomnéprajzi szakember), MADARÁSZ Imre (szociológus) és jómagam társadalomföldrajzi kutatóként vettünk részt.

Első lépésben a műhelyet alapító kollégákkal végiggondoltuk, hogy milyen előzményekhez nyúlhatunk. Mivel a Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Karának jogelődjén (akkori néven: Közgazdaságtudományi Kar Mezőgazdasági Osztálya), Gödöllőn már az 1920-as évek elején működtek országos jelentőségű falukutatói programok, így volt mihez nyúlni. Elődeinknek tekintjük többek közt TELEKI Pált, GYÖRFFY Istvánt, IHRIG Károlyt, CZETTLER Jenőt, akik a falu társadalomtörténeti, néprajzi, szociográfiai és szociálpolitikai kérdéseiről Gödöllőn is tartottak magántanári előadásokat (WALLESHAUSEN Gy. 1995).

Az Intézményünk történeti dokumentációja szerint a falukutatás elméleti alapjainak lerakása Egyetemünkön STEINECKER Ferenc nevéhez fűződik, aki ezzel a 30-as években számos fiatal kutatót indított el a pályán (HÉVEY L. 1941). Kovács Imre, a gödöllői falukutató mozgalom korabeli vezéralakja; itt, a jogelőd intézményben tanult, és egyetemi éve alatt írta meg a már említett *A néma forradalom* című nagy port kavaró művét. 1935-ben, a Magyar Út áprilisi számában így fogalmazta meg csoportjuk célját: a fiatal falukutató generáció *„hivatásból megy a faluba, prófétai küldetésnek tekinti a faluval való foglalkozást, de kötelességérzete is arra az útra tereli lépteit, és megpróbálja pótolni azt a rengeteg bűnös mulasztást, amit apái a faluval szemben évszázadokon keresztül elkövettek.”* (Idézi WALLESHAUSEN Gy. 1995, p. 103–104).

Föltárva a gödöllői falukutató műhely történeti előzményeit, és vizsgálva a kortárs műhelyek munkáit, végül arra a következtetésre jutottunk, hogy módszertani kidolgozottsága, komplex látásmódja okán a Sárospataki Református Főiskolán működő Újszászy Kálmán nevéhez kapcsolódó mozgalmat újítjuk fel és adaptáljuk a jelenkori viszonyokhoz. Újszászy gondolatai ma is meglehetősen időszerűek: *„...az ismeretlen magyar falunak a felfedezése a magyar jövő egyik legnagyobb horderejű feladata. Ami a magyar falura általában áll, az hatványozott mértékben érvényes az egyes, a konkrét magyar falura. A magyar hegyek lábainál, völgyeiben, a magyar folyók mellett és a végeláthatatlan magyar rónán a nyárjasok és akácok alatt meghúzódva mamut falvak és apró falvak egyaránt várják a felfedezésüket és ezen felfedezésen keresztül ... a magyar életbe bekapcsolásukat”* (Újszászy K. 1934, p. 13). Az általa kidolgozott falukutatói módszertan (1936), és a faluszemináriumi munka tematikája (1934) aktualizálással ma is hasznosítható alaplómű. Jól szolgálhatja a hosszú távú falukutatói célokat.

Az elindított mozgalommal *rövid távon* a célunk a megismerés fókuszába tett falvak értékeinek, problémáinak feltárása volt. További cél, hogy a falvakról összegyűlt ismeretanyag (amely a megélhetéstől, a lakossági infrastruktúrák működésén át a helyi közösségek szerveződésének föltérképezéséig számos kérdést érint) végső soron tanulmánykötetbe épülve, mintegy a vizsgált tér monografikus leírása egy időpillanat látteleteként publikálásra kerüljön.

A tanulmányok közlésének helye egy általunk alapított periodika: az *Acta Regionis Rurum*, amely 2007 óta minden évben megjelenik. A 2007-es, 2008-as kötetek a Siklódon készült gyűjtést összegzik (Hargita megye, Románia), a 2009-es kötet a Bagon (Pest megye) végzett kutatásunkat foglalja magában, a 2010-es a komlósikai (Borsod-Abaúj-Zemplén megye), a 2011-es a baksi (Csongrád megye), a 2012-es a tiszaladányi (Borsod-Abaúj-Zemplén megye) gyűjtésből készült. Az *Acta Regionis Rurum* ma már az MTA Földtudományok Osztálya által is a tudományos folyóiratok sorában jegyzett, és egy szakmai lektori bizottsággal is minősített periodika. (Valamennyi *Acta Regionis Rurum* kötet az interneten is elérhető.)

Falukutatásunknak *hosszú távú célja* is van: az általunk végzett kutatások helyszínein, mint bázishelyeken *trend-, ill. hipotézis-tesztelő monitoring-rendszer* kiépítése. A területi folyamatok monitoringozásának fontosságát az adja, hogy a gazdasági, társadalmi, területi törvényszerűségek *egy-egy időszakában* való elemzésében a *feltárt jellegzetességekről* időről időre visszacsatolást kapjunk, így biztosítva a folyamatos kontrollt. Fontos és kívánatos ugyanis, hogy egy-egy konkrét mélyfúrás eredményeinek összegzése után a társadalmi, gazdasági törvényszerűségek megfogalmazásával a területi vizsgálat a konkrét helyszínen ne szakadjon meg. A hosszabb időtávon keresztül végzett monitoringozás ugyanis lehetővé teszi, hogy a település/térség mélyebb összefüggéseit is megértsük.

A területi folyamatok monitoringozása a tér néhány pontján *folyamatos megfigyelést* jelent tehát azzal a céllal, hogy az általános társadalmi, gazdasági folyamatok lokális hatásait, megnyilvánulásait, következményeit hosszabb távon is regisztrálni lehessen. A *trend monitorozással* a cél a tér társadalmi, gazdasági vonatkozású *időbeli változásainak* követése. A *hipotézis-tesztelő monitorozás* során a már leírt, avagy prognosztizált változások térbeli lenyomatát vizsgáljuk.

Mivel műhelyünk viszonylag fiatal, ezért jelenleg a rövid távú célokra dolgozunk, azaz a bázishelyek kiépítésén és monografikus leírásán. A következőkben összegzem néhány példán keresztül a gödöllői faluszeminárium műhely szociálgeográfiai kutatásainak néhány fontosabb tanulságát.

### **A szociálgeográfiai vizsgálatok helye a falukutatásokban**

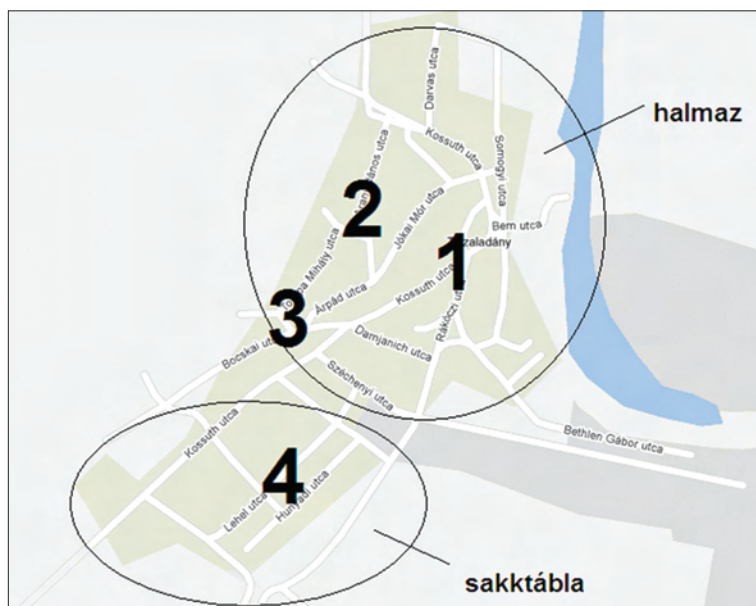
A falu az ember, a természet és a transzcendens világnak egy sajátos egysége (ÚJSZÁSZY K. 1936). Ebből a komplexitásból adódik, hogy a hagyományos falukutatást újraélesztő felfogásunkban is különböző tudományterületekre építettünk. A különböző tudományok, vizsgálati irányok egymással szerves egységben (sokszor egymástól igazán élesen nem is elválasztható módon) vannak jelen a munkáinkban. A szociálgeográfiai kutató különösen gazdag eszköztárral rendelkezik a megismerésben. A hosszú évszázados fejlődése során kialakult irányzatok, kutatási szemléletek számos módszert teremtettek. Az emberföldrajz *morfológiai* irányzata például a falvak ember által átalakított környezetének *leírását* segíti. A tér adottságaiból levezethető gazdasági, társadalmi következmények vizsgálatával foglalkozó *determinista* irányzat, vagy az emberi tevékenységből a tér jellegzetességeire ható következményeket kutató *posszibilista* irányzat a sajátos ok-okozati logikájukkal szolgálják a térben zajló folyamatok megismerését. A tér komplex funkcionális struktúráját pedig a *funkcionális* emberföldrajzi szemlélet segít feltárni. A falukutató munka során a szociálgeográfia legfontosabb első feladata a térstruktúra, a térszerveződés megismerése. Az alábbiakban ezt a megismerési munkát mutatom be néhány, falukutatásainkban szerzett példán keresztül.

## A falu térszerkeztének vizsgálata

A falu térszerkeztének vizsgálatában egyértelműen építünk a történeti földrajzra, az emberföldrajz morfológiai irányzatára, a possibilista, az ember környezetátalakító szerepét nyomon követő irányzatra (DURKHEIM, E. 1899), de a funkcionális irányzat is megjelenik benne, hisz az eltérő funkciójú területeket, településrészeket is keressük a struktúravizsgálatban.

A falvak térstruktúrájának vizsgálatában kiemelkedően fontosak a *településmorfológiai kutatások*. A munkánk során térképekből, műholdas felvételekből indulunk ki. Ez alapján a lakott tér vizsgálatával a telek alaprajz (szabályos, szabálytalan), a telekbeépítés (a ház, egyéb építmények elhelyezkedési módja), a telkekből szerveződő utcák képe (rövid, hosszú, zezzugos, zsákjellegű stb.) elemzésének segítségével végső soron a célunk megrajzolni a település belterületi alaprajzában fellelhető formációkat. Például Tiszaladány esetében a morfológiai vizsgálatunk arra vezetett, hogy a település eredendően két morfológiai egységből áll: egy halmazos (idősebb), és egy későbbi hozzáépüléssel létrejött sakktáblás részből (TÓTH G. 2012) (1. ábra).

Mivel a települések alakrajzi megjelenése összefügg a település történeti fejlődésével, ezért nem állunk meg a statikus ábrázolásnál, leírásnál, hanem a rendelkezésre álló településtörténeti dokumentumok alapján kísérletet teszünk



1. ábra. Tiszaladány szerkezeti egységei. – 1 = „Faló”; 2 = „Ér”; 3 = „Cigánysor” („Telep”); 4 = „Újtelep”. Forrás: A 2012-es falukutató tábor gyűjtése alapján szerk. NAGYNÉ MOLNÁR M.

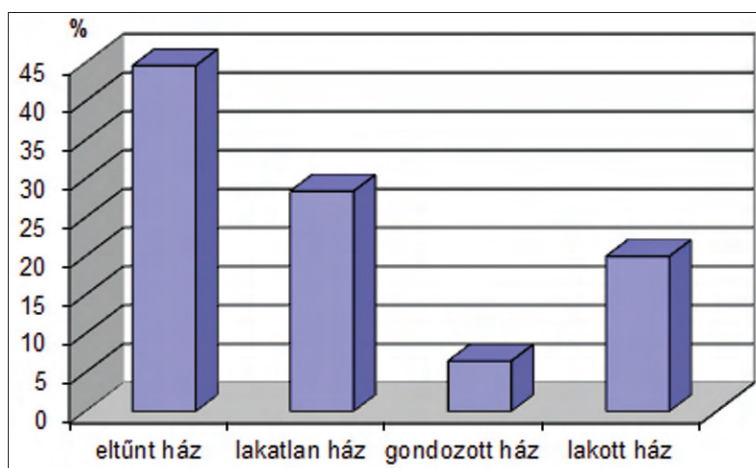
a település kiépülésének időbeli rekonstrukciójára. A dokumentumok alapján körvonalazódó térstruktúra-fejlődés lehetséges forgatókönyvének értelmezése után a terepi munka során a faluban fellelhető helytörténeti gyűjtésekkel, idős helyiek emlékeivel megerősítjük a feltevéseinket. A terepi vizsgálatokkal tehát a dokumentum-elemzések alapján készült morfológiai térstruktúrát igyekszünk tovább árnyalni. E munka eredményeként Tiszaladány esetében például megtudtuk, hogy a település a történeti fejlődése folyamán négy, önálló névvel illetett, eltérő fejlődésű részből áll: Falu, Ér, Cigánysor (Telep), Újtelep.

A település legidősebb, legkorábban beépült része a „Falu”, amely egy árvízmentes magaslaton jött létre. A település intézményeinek zöme itt található. A település „Ér” elnevezésű része a nevét a „Falu” alatt elfutó erekről, fokokról kapta. A folyószabályozás előtt ez a rész árvízjárta helynek, víznyomásosnak minősült. A „Cigánysor”, vagy „Telep” szerkezeti értelemben az „Ér” folytatása, amelynek önálló térbeli megjelenése nem földrajzi, hanem társadalmi viszonyok következménye; vagyis az itt élő cigányság társadalmi tere indokolta a tér különkezelését. Az „Újtelep” a pártállami időkben épült ki intenzíven és lényegében az akkor fiatal családot alapító generáció lakás- és telekhasznosítási igényei szerint, korszerűbb formában annál, mint ahogyan azt a „Falu” esetében” látható (1. ábra).

### A falu tér-érték vizsgálata

Az emberi létmegnyilvánulás különböző formái a térben különböző funkciókat eredményeznek (RUPPERT, K.–SCHAFER, F. 1969). A térstruktúra elemzéseket árnyaló ún. „tér-érték” vizsgálatok pont ebből eredeztethetők. Ennek a munkának a kiindulópontja, hogy a különböző szerepköröket betöltő településrészek értéke nem egységes. A tér-érték felmérés sokoldalú művelet. Jelenti egyrészt az „utcaképelemzést”, amelynek során rögzítjük az egyes utcák kiépítettségét (út, járda, árok), gondozottságát. Ugyancsak a tér-érték vizsgálatokhoz tartozik a házak „lakottság-felmérése” is, amely vizsgálat a kiüresedő falvakban különösen indokolt.

A lakottság-vizsgálat lényege, hogy az egyes utcák házait besoroljuk az alábbi három csoport valamelyikébe: „lakott ház”, „gondozott ház”, „lakatlan ház”. (Az „eltűnt ház” kategóriába azok az ingatlanok tartoznak, ahol az utcában a folyamatos házszámolás alapján elméletileg háznak kellene állnia, de a háznak az adott helyen nincs nyoma.) A lakott és a gondozott ház között a különbség az, hogy a gondozott háznak nincs állandó lakója, csak időszakosan lakott. Ez a vizsgálat jó eszköze annak, hogy megrajzoljuk, mennyire élő a falu. Ahol rengeteg az elhagyott, romos ház, és/vagy nagyon sok a csak időszakosan lakott (hétvégi házként, nyári lakként funkcionáló) épület, ott a falu sorvadása nagyon plasztikusan – képekben és látványban egyaránt – megmutatkozik pl. a székelyföldi Siklód esetében (2. ábra).



2. ábra. A házak lakottság szerinti megoszlása Siklódon 2007-ben. Forrás: MOLNÁR M. 2008.

Természetesen nem csupán a falu társadalmi mozgásait mutatja meg ez a kép, hanem adott esetben a helyi természeti katasztrófákat is. Siklódon az eltűnt házak magas arányának nemcsak az elnéptelenedés az oka, hanem az is, hogy az alapközetben gyakoriak a szoliflukciós folyamatok.)

### A falu térszerveződésének vizsgálata

A falu térszerveződésének értelmezése során az egyik fontos kutatási cél annak tisztázása, hogy milyen motivációk játszanak szerepet az ember térbeli viszonyrendszerének kialakításában (BARTELS, D. 1970). A településen belüli térszerveződésről hasznos információt szolgáltatnak a mentális térképekkel történő kutatások. Az ennek során végzett kérdőíves felmérésünk célja, hogy az egyéni véleményekből csoportvéleményeket alakítva ki árnyaltabban is megismerhessük egy-egy lokális közösség térszerveződésének, közösségi gondolkodásának alapvonásait. A csoportképzés alapja sokféle lehet. Ahol például etnikai értelemben összetett a falu, ott lehet a térszerveződés vizsgálatának alapja a falu összetett társadalmi tere. Ahol viszont a falu térstruktúrája összetett (több földrajzi egységből áll), ott lehet a térszerveződés vizsgálat kiindulópontja a tagolt földrajzi tér. Ez utóbbira jó példa a három településrészből álló *Siklód* esete, amelynek részei: Papszer, Murva és Alfalu.

A kérdőíves felméréssel szerzett információk alapján világossá vált, hogy Siklódon az egyes településrészekben élők térbeli viszonyrendszerét alapvetően meghatározzák a saját és nem saját településrészhez kapcsolt asszociációk. Ebből a vizsgálatból nem csupán azt tudtuk meg, hogy a siklódi identifikáció árnyalt, hanem azt is, hogy az egyes településrészek önmagukról

kialakított képe, és a másokban róluk kialakult kép nem feltétlenül van egymással szinkronban (1. táblázat).

1. táblázat: Helybeliek véleményei Siklód falurészeiről

Amit a Papszeren élők gondolnak a saját falurészükről	Amit a Murván és az Alfaluban élők gondolnak a Papszerről
Összetartó emberek lakják Veszekedős népek élnek itt („hitványak az emberek”) Több a nép Több itt a fiatal, mint máshol Jobb az út, közel érni mindent Nem elég jó az út Jó hely: közel van minden Rendesen lakott Hidegebb, mint a többi falurész	Gazdagabb falurész Más: egyenesen vannak a házak Rossz a földje, kötött a talaja Jó helyen van: melegebb, jobban érik minden Szébb Jobb a földje
Amit az Alfaluban élők gondolnak a saját falurészükről	Amit a Murván és Papszeren élők gondolnak az Alfaluról
Nem jók az emberek Jó földek vannak itt Jobb az élet itt A legszebb hely Sok vízfolyás van itt Hamarabb teremnek itt a gyümölcsök Jobb termő, mint a többi falurész	Gyarló, fősvény emberek lakják Nem olyan barátságosak az emberek Magányosak Az asszonyok nem beszélnek egymással Ki vannak tolva az itt élők El van öregedve Ott a népek is mások Szegények lakják Nehéz a járás Nagyok a távolságok Jó az útja: nincs vízmosás, mint a Murván Rossz az útja Vaddisznók járnak Jobban lehet fát lopni (közelebb az erdő) Jó a földje
Amit a Murván élők gondolnak a saját falurészükről	Amit az Alfaluban és a Papszeren élők gondolnak a Murváról
Aki itt nő fel, ezt szereti Irigység van Hágós-lejtős, viszi a víz	Összetartóbbak az emberek Jók az emberek El van öregedve Özvegyek lakják, néptelen Nehéz a járás, nehéz lejárni a faluba Átfolyásos Hágós Rossz az út, meredek Hidegebb van télen, nyáron viszont melegebb Papszerbeliekkel vannak jóban

Forrás: MOLNÁR M. 2007. 25–26.

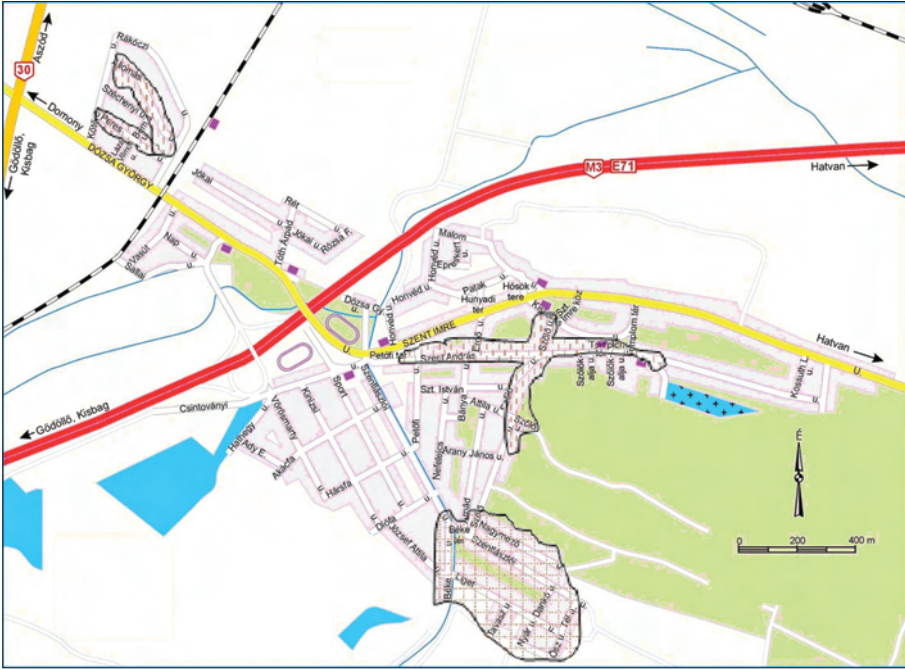
A *Papszerről* kialakult kép a falurészen élők és a máshol élők véleményeiben általában egységesen pozitív. Az *Alfalu* esetében viszont a vizsgálat kimutatta, hogy jelentősen eltér az itt élők és a máshol élők véleménye a falurészről. Az Alfaluban élők eredendően pozitív tulajdonságokkal ruházták fel a környezetüket, ugyanakkor a máshol élők megítélése ennek épp az ellenkezője volt. Azaz ellentmondásosnak mutatkozott e falurész megítélése. *Murvát* az ott élők és a máshol élők Papszerhez hasonlóan egységesen ítélték meg, de nem igazán pozitívan. Ez a vizsgálat igazolta a mentális szegregációt, és egyben jelezte a falu társadalmának hasadozottságát is.

A falu összetett társadalmi struktúra, ezért gyakran a térszerveződés-vizsgálata nem a földrajzi egységekből, hanem a jellegadó társadalmi csoportokból indul ki. Különösen fontos ez, ha a település különböző, térben elkülönülő társadalmi csoportokból áll. Például *etnikailag összetett*, és a *kisebbség* térben nem szórta, hanem *tömbösen helyezkedik el*. Ilyen esetben a térszerveződés vizsgálata során a kérdés számunkra az lehet, hogy a társadalmi csoportok térbelisége és a tér megítélése között van-e összefüggés.

A Pest megyei Bag esetében, ahol a cigány és magyar lakosság térszerveződését kutattuk 2009-ben, ezt a kérdést úgy vizsgáltuk, hogy az ott élőktől megkérdeztük, *amely településrészek (utcákon) nem laknának semmiképpen, és mely településrészek (utcákon) laknának szívesen*. Minden esetben indokkal együtt kellett választ adni. A térképi jelölés és a szöveges magyarázat alapján egyértelműen sikerült rámutatni, hogy van összefüggés a minősítés és a vizsgált társadalmi csoportok térbeli elhelyezkedése között (3. ábra).

A bagi cigány–magyar együttélésben világosan láthatóvá vált, hogy a legtöbbször által megjelölt *negatív* megítélésű zóna összefüggött a helyi cigánytelep elhelyezkedésével. Érdekességként kiemelendő, hogy a cigánytelepet a telepi cigányok is negatívan ítélték meg. A negatív megítélésű utcákat 100%-ban a saját telepükön jelölték meg. Ebben a vizsgálatban az is megmutatkozott ugyanakkor, hogy az egységes értékítéletűnek tűnő zónák mégsem egészen egységes értékítéletűek minden szempontból. A „Telep” példájánál maradvány, ez egyértelműen és egységesen negatív értékítéletű térnek mutatkozott. Ugyanakkor a Telepen élők nem a Telep egészét ítélték meg negatívan, azaz ők a saját „világukat” nem homogénnek látták.

Itt fontos megjegyezni, hogy a telepi megkérdezett válaszadók zöme a kérdésre adott válaszában egyáltalán nem lépett ki gondolatban a Telepről. A telepiek „térlátása” tehát rendkívül zártan mutatkozott: a falura vonatkozó véleményüket egy néhány utcányi ismert és lakott tér tapasztalataiból fogalmazták meg.) Ugyanakkor a *nem Telepen élő* falubeli válaszadók többségének véleményében is voltak árnyalatnyi különbségek. Ők a Telepet egyöntetűen negatívan ítélték meg (számukra a Telep homogén), ugyanakkor a Telep negatív megítélése kisugárzott olyan utcákra is, amelyek nem a Telep részei, csupán határosak vele. Ez utóbbi utcák értéke úgy tűnik egy sajátos devalválódáson megy keresztül (MOLNÁR M. 2009).



3. ábra. Bag településrészei, ahol szívesen (szaggatott vonallal jelölve), ill. nem szívesen (négyzetráccsal jelölve) lagnának a helyi lakosok. Forrás: MOLNÁR M. 2009.

### Összefoglalás

A szociálgeográfia szemléletfejlődése is mutatja, hogy a tér megismerésére számos új irányzat, módszertani eszköz született és születik ma is. Ugyanakkor érdemes visszakanyarodni a történeti gyökerekhez (nemcsak a falukutatók kapcsán). Fontos, hogy a területi kutatások (benne a falu-, ill. vidékkutatások) ne csupán a tervező közigazgatás folytonosan hullámzó önkorrekciójának legitimálói legyenek, hanem újra mindenekelőtt az embert és a közösségeket szolgálják.

A szociálgeográfia az általa vizsgált, lehatárolt teret, a benne létrejövő társadalmat összetett rendszerként térben és időben is rétegzett képződményként értékeli, megfelelően strukturált módon. E tanulmány célja egyrészt az volt, hogy bemutassa; hogy a szociálgeográfia sokféle szemléletből, irányzatból összeállt tudománya az évszázados tapasztalatokkal, kialakult módszertannal miként tud jó szolgálatot tenni a falu, mint komplex társadalmi, gazdasági környezeti struktúra megismerésére, a távlatosan is a falvak értékmegőrzését szolgáló célok előkészítéséhez. E tanulmány másik célja volt, hogy három, a falvak térbeli, társadalmi jellegzetességeinek leírására szolgáló aspektusból (a térstruktúra, a tér-érték, a térszerveződés) összegezze a szerzett kutatási tapasztalatokat, az adaptálható technikákat.

## IRODALOM

- ANDORKA R. 2003. Bevezetés a szociológiába. – Osiris Kiadó, Budapest, 662 p.
- BAJMÓCY P.–BALOGH A. 2002. Aprófalvas településállományunk differenciálódási folyamatai. – Földrajzi Értesítő 51. 3–4. 385–405.
- BAJMÓCY P.–BALOGH A. 2002. Az aprófalvak turizmusa – kiút vagy zsákutca? – In: Kutatás a turizmusban. A turizmus aktuális kérdései Magyarországon. Pécsi Tudományegyetem Turizmus Tanszék, Pécs, 195–209.
- BAJMÓCY P.–BALOGH A. 2012: Egykori majorok tipizálása Vas megyei példákön. – Földrajzi Közlemények 136. 2. 165–181.
- BAJMÓCZY P. 2011. Nyírkarász (V.1. altípus, VII. falutáj). – In: BELUSZKY P.–SIKOS T.T. szerk.: Változó falvaink. Tizenkét falurajz Kercaszomortól Nyírkarászig, Akadémiai Kiadó, Budapest, 183–206.
- BALOGH A. 2008. A nyugat-dunántúli nagyközségek térszervező szerepe. – In: CSAPÓ T.–KOCIS Zs. szerk.: Nagyközségek és kisvárosok a térben. Savaria University Press, Szombathely, 160–171.
- BARAKONYINÉ WINICZAI K. 1997. Városshociológia I. rész. – Janus Pannonius Tudományegyetem, Pollack Mihály Műszaki Főiskolai Kar, Települmérmök szak, Pécs, 164 p.
- BARTELS, D. 1969. Theoretische Geographie. – Geographische Zeitschrift 2. 132–144.
- BECSEI J. 1988. A településen belüli társadalom és morfológia. – Alföldi Tanulmányok 12. Békéscsaba, 80–100.
- BECSEI J. 1998: Fejezetek az általános társadalmi földrajz tanulmányozásához. Egyetemi jegyzet. Első rész. – Ipszilon Kiadó és Pedagógiai Szolgáltató Kft., Budapest, 161 p.
- BECSEI J. 2007. Átalakuló alföldi városok. – Ipszilon Kiadó, Békéscsaba, 176 p.
- BERÉNYI I. 1992. Az alkalmazott szociálgeográfia elméleti és módszertani kérdései. – Akadémiai Kiadó, Budapest, 165 p.
- BERÉNYI I. 1997. A szociálgeográfia értelmezése. Egyetemi jegyzet. – ELTE Eötvös Kiadó, Budapest, 135 p.
- BERÉNYI I.–TINER T. szerk. 1988. BÉlapátfalva és település csoportja. Általános településrendezést megalapozó tanulmány. Elmélet–Módszer–Gyakorlat 48. – MTA FKI, Budapest, 100 p.
- BÓDI F. 2000. Homrogd, a hétköznapok nyertese. – In: BÓDI F.–BŐHM A. szerk.: Sikeres helyi társadalmak Magyarországon. Vidékfejlesztők kiskönyvtára. Agroiinform Kiadó és Nyomda Kft. Budapest.
- BODOR A. 1935. A falukutatás vezérfonala. – Budapest.
- BOROS L. 2010. Az „új várossociológia” születése. – In: JANCSÁK Cs.–PÁSZKA I.–NAGY G.D. szerk.: Állandó párbeszédben. Belvedere Meridionale, Szeged, 64–76.
- BŐHM A. 2000. Csákerény, az etalon. – In: BÓDI F.–BŐHM A. szerk.: Sikeres helyi társadalmak Magyarországon. Vidékfejlesztők kiskönyvtára. Agroiinform Kiadó és Nyomda Kft., Budapest.
- BRAUN R. 1913. A falu lélektana. A Huszadik Század Könyvtára 47. – Társadalomtudományi Társaság Szociográfiai Szakosztályának Közleményei, Budapest.
- CSAPÓ T. 2011. Torony (VI. 1. altípus, I. falutáj). – In: BELUSZKY P.–SIKOS T.T. szerk.: Változó falvaink. Tizenkét falurajz Kercaszomortól Nyírkarászig. Akadémiai Kiadó, Budapest, 239–264.
- CSÉFALVAY Z. 1985. Szocialista summások Nagyvisnyón. Területi Kutatások 7. Elmélet–Módszer–Gyakorlat 36. – MTA FKI, Budapest, 9–21.
- CSÉFALVAY Z. 1989. A szociálgeográfia társadalomföldrajza. – Tér és Társadalom 3. 1. 66–75.

- CSÉFALVAY Z. 1990. Térképek a fejünkben. Akadémiai Kiadó, Budapest, 157 p.
- CSIZMADIA T 2000. Öt falu fejlesztésének története (Hejce). – In: BÓDI F.–BŐHM A. szerk.: Sikeres helyi társadalmak Magyarországon. Vidékfejlesztők kiskönyvtára. Agroinform Kiadó és Nyomda Kft., Budapest.
- DÁVID L.–BUJDOSÓ Z.–PATKÓS Cs. 2003. A turizmus hatásai és jelentősége a területfejlesztésben. – In: SÜLI-ZAKAR I. szerk.: A terület és településfejlesztés alapjai. Egyetemi tankönyv. Dialóg Campus Tankönyvek, Budapest–Pécs, 433–453.
- DÁVID L.–TÓTH G.–KELEMEN N.–KINCSES Á. 2007. A vidéki turizmus szerepe az Észak-Magyarország Régióban, különös tekintettel a vidékfejlesztésre a 2007–2013. évi agrár- és vidékpolitika tükrében. – *Gazdálkodás* 51. 4. 38–57.
- DEÁKY Z. 2007. A gödöllői falukutató hagyományok újjáélesztése a SZIE Gazdaság- és társadalomtudományi Karán. – In: DEÁKY Z.–MOLNÁR M. szerk.: *Acta Regionis Rurum* 1. Gödöllő, 5–13.
- DÖVÉNYI Z. 1985. A munkaerőmozgás területi jellemzőinek alakulása az Alföldön. – *Alföldi Tanulmányok* 9. Békéscsaba, 139–160.
- DURKHEIM, E. 1899. *Morphologie sociale*. – *L' Année Sociologique* 6, 62–76.
- DURÓ A. 2001. Társadalomföldrajzi pillanattfelvétel a ruzsai tanyavilágról. – In: MARJANUCZ L. szerk.: *Ruzsa története és népelete*. Ruzsa Önkormányzat, 220–243.
- DURÓ A. 2011. Zákányszék. – In: BELUSZKY P.–SIKOS T.T. szerk.: *Változó falvaink*. Tizenkét falurajz Kercaszomortól Nyírkarászig. Akadémiai Kiadó, Budapest, 207–238.
- ERDEI F. 1937. *Futóhomok*. – Budapest.
- FARKAS T. 2010a. Mezőmadaras községben lezajlott fejlesztési tevékenységek társadalmi hatásvizsgálata. – *Pro Professione Alapítvány*, Budapest.
- FARKAS T. 2010b. Székelyvécke. – In: *Fejlesztési lehetőségek a Kis-Küküllő mentén*. Pro Professione Alapítvány, Budapest, 21–23.
- FÉJA G. 1937. *Viharsarok*. – Budapest.
- G. FEKETE É. 2004. Az Észak-magyarországi régió kistérségeinek abszorpciói képessége és helyzetük Magyarország más kistérségével összehasonlítva. – *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek* 1. 40–97.
- GIDDENS, A. 2003. *Szociológia*. – Osiris Kiadó, Budapest, 771 p.
- HÉVEY L. 1941. *Steinecker Ferenc emlékezete*. – *A Magyar Gazdák Szemléje* 5. Klny., Budapest.
- ILLYÉS Gy. 1936. *Puszták népe*. – Budapest.
- KÁPOSZTA J.–NAGY H.–KOLLÁR K. 2010. Borsod-Abaúj-Zemplén és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye leghátrányosabb helyzetű kistérségeinek településszerkezeti, foglalkoztatási jellemzői az EU-csatlakozás óta eltelt időszakban. – *Területi Statisztika* 13. (50.) 6. 641–658.
- KASSAI Zs.–RITTER K. 2011. Helyi vidékfejlesztési programok a hátrányos helyzetű vidéki térségekben. – *Gazdálkodás* 55. 4. 337–346.
- KOVÁCS D.–MOLNÁR M. 2000. *Hollókő*. – In: BÓDI F.–BŐHM A. szerk.: *Sikeres helyi társadalmak Magyarországon*. Vidékfejlesztők kiskönyvtára. Agroinform Kiadó és Nyomda Kft., Budapest, 95–121.
- KOVÁCS I. 1937. *A néma forradalom*. – Cserépfalvi Kiadó, Budapest, 312 p.
- KOVÁCS K.–SOMLYÓDINÉ PFEIL E. szerk. 2008. *Függőben*. Közszolgáltatás-szervezés a kistelepülések világában. – Magyar Közigazgatási Intézet, Budapest.
- KOZÁRI J.–TÓTH K. 2005. *The Role of Extension in the Technical Improvement of Agricultural Enterprises*. – 17<sup>th</sup> European Seminar on Extension Education, Izmir, 169–174.

- MÉSZÁROS R. 1982. A falusi átalakulás alapvető térfolyamatai a Dél-Alföldön. – Akadémiai Kiadó, Budapest, 140 p.
- MOLNÁR M. 2007. Siklód térszerkezete. – In: DEÁKY Z.–MOLNÁR M. szerk.: Acta Regionis Rurum 1. Gödöllő, 23–31.
- MOLNÁR M. 2009. Bag mentális térképe. – In: DEÁKY Z.–MOLNÁR M. szerk.: Acta Regionis Rurum 3. Gödöllő, 33–37.
- MOLNÁR M. 2011. Hollókő (VI. 2. altípus, VIII. falutáj). – In: BELUSZKY P.–SIKOS T.T. szerk.: Változó falvaink. Tizenkét falurajz Kercaszomortól Nyírkarászig. Akadémiai Kiadó, Budapest, 264–291.
- NAGY L. 1934. Kiskunhalom. – Budapest.
- OBÁDOVICS Cs.–BRUDER E.–KULCSÁR L. 2011. A gazdasági és szociális helyzet területi egyenlőtlenségei a vidéki Magyarországon – hasonlóságok és eltérések. – In: BÓDI F.–FÁBIÁN G. szerk.: Helyi szociális ellátórendszer Magyarországon. Debreceni Egyetem, Debrecen, 141–155.
- OBÁDOVICS Cs.–KULCSÁR L. 2008. Tartós munkanélküliség vidéki térségekben. – In: BÓDI F. szerk.: Helyi szociális ellátórendszer. MTA Politikatudományi Intézet, Budapest, 205–220.
- OLÁH Gy. 1929. Hárommillió koldus. Szociálpolitikai tanulmány. – Budapest.
- RUPPERT, K.–SCHAFFER, F. 1969. Zur Konzeption der Sozialgeographie. – Geographische Rundschau 6. 205–214.
- SÜLI-ZAKAR I. 1980. A Hegyköz faluföldrajzi vizsgálata. Studia Geographica. – KLTE, Debrecen, 130 p.
- SZABÓ L. *et al.* 2011. Gödöllői-dombság természeti és gazdaságföldrajzi viszonyai, kultúrtörténete. – AGROINFORM Kiadó, Budapest, 268 p.
- SZABÓ Z. 1936. A tardi helyzet. – Budapest.
- SZABÓ Z. 1938. Cifra nyomorúság. A Cserhát, Mátra, Bükk földje és népe. Szociográfia – Cserépfalvi Könyvkiadó, Budapest.
- TÁLL É. 2000. Pusztamérges, egy sikere önkormányzat. – In: BÓDI F.–BŐHM A. szerk.: Sikeres helyi társadalmak Magyarországon. Vidékfejlesztők kiskönyvtára. Agroinform Kiadó és Nyomda Kft., Budapest, 121–147.
- THIRRING L. 1932. A tanyák, puszták és egyéb külterületi lakott helyek népessége 1930-ban. – Magyar Statisztikai Szemle 12. 1044–1062.
- TIMÁR J. 1985. Társadalomföldrajzi vizsgálatok Orosháza tanyavilágában. – In: TÓTH J. szerk.: Az orosházi tanyavilág átalakulása. Orosházi Városi Tanács, Orosháza, 367–431.
- TÓTH G. 2012. Tiszaladány településnéprajzi, történeti, szerkezeti vizsgálata. – In: DEÁKY Z.–MOLNÁR M. szerk.: Acta Regionis Rurum 6. 9–15.
- TÓTH T. szerk. 2009. Terület- és projekttervezés. – Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 190 p.
- ÚJSZÁSZY K. 1934. A faluszeminárium. – A Sárospataki Református Főiskola Faluszemináriumának Füzetei, Sárospatak.
- ÚJSZÁSZY K. 1936. Útmutatás a magyar falu tanulmányozásához. – Sárospatak.
- VÁRADI M.M. szerk. 2008. Kistelepülések lépéskényszerben. – Új Mandátum Kiadó, Budapest.
- VERES P. 1936: Az Alföld parasztsága. – Budapest.
- VIDAL DE LA BLACHE, P. 1903. La géographie humaine: Ses rapports avec la géographie de la vie. – Revue de synthèse historique 7. 219–240.
- WALLESHAUSEN Gy. főszerk. 1995. Jubileumi emlékkönyv 1920–1995. – Gödöllői Agrártudományi Egyetem, Gödöllő.

## **Tigrisbébi Afrika partjainál? Mauritius nemzetgazdaságának fejlődése, kihívások és kilátások**

NESZMÉLYI GYÖRGY<sup>1</sup>–VILLÁNYI LÁSZLÓ<sup>2</sup>

### **An emerging tigris by the coasts of Africa? Challenges and prospects of the development of the Mauritian economy**

The paper attempts to provide a brief insight to the way of economic development of Mauritius. This tiny state, surrounded by the Indian Ocean, near the coasts of Africa became independent in 1968. After around three centuries colonial period the country had a grave economic heritage characterized by a quasi monocultural structure (sugarcane) combined with low profitability. Since Mauritius became independent, the government has been gradually carrying out comprehensive diversification of her national economy. At present the sugarcane-dominated agricultural sector's contribution to the GDP stands around 4.5%. The sector of services, including tourism, banking and IT became the locomotive of the economic development, however, textile and garment industry are still important. The economic growth has been more or less permanent for the recent years, ranging around 4.0–4.5% annually. The government recognized also the need of the diversification of the agricultural sector as the country is still barely dependent on food imports. Sustainability, efficiency, environment friendly technologies are key concepts which are emphasized in the development strategies. The paper also comprises a few ideas about the possibilities of bilateral co-operation between Mauritius and Hungary.

**Keywords:** economic modernization, Mauritius, East African region, sustainable agriculture

### **Bevezetés**

Miközben az Európa Unió országai már lassan öt éve az euróövezet megmentésével és a gazdasági-pénzügyi válságból való kilábalás különböző, de eddig kevés kézzelfogható eredményt hozó, „ortodox és unortodox” módsze-

<sup>1</sup> Címzetes egyetemi tanár, Szent István Egyetem GTK, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő.

<sup>2</sup> Egyetemi tanár, Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő. Az Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola tőrzstagja.

rei körüli vitával vannak elfoglalva, addig a világ más részein a gazdasági növekedés még mindig számottevő. Írásunkban azonban nem a távol-keleti „tigrisekről”, vagy az újabban BRICS néven rövidített, feltörekvő regionális nagyhatalmakról (Brazília, Oroszország, India, Kína és a Dél-afrikai Köztársaság), hanem egy, Afrikától keletre, az Indiai-óceán által körülölelt parányi országgal, a Mauritiusi Köztársasággal foglalkozunk.

A gazdaságföldrajzi szempontból a szubszaharai Afrikához, a Franciaországhoz tartozó Réunion szigetet is magában foglaló Mascarenhaszigetcsoport részét képező országban ugyanis egészen az az utóbbi évekig folyamatos gazdasági növekedés ment-megy végbe, úgy, hogy a szubszaharai országokra jellemző súlyos gondok (pl. súlyos környezetszennyezés, közegészségügyi problémák, rossz közbiztonság, szervezett bűnözés, a politikai és gazdasági elitet behálózó korrupció elterjedtsége, élelmiszer- és vízhiány stb.) nem, vagy alig-alig jellemzők. Az országba érkező turista, vagy üzletember számára Mauritius, – a trópusi környezet ellenére – sokkal inkább egy közepesen fejlett európai, mint afrikai államra emlékeztet.

### Az ország története dióhéjban

Mauritiusnak nem voltak őslakosai. Bár arab hajósok már a 10. sz.-ban ismerték a szigetet, később portugál és brit hajók is kikötöttek partjainál, egészen a 16. sz. végéig nem létesültek állandó kolóniák. Ekkortól holland telepések érkeztek, akiket 1715-től franciák váltottak fel, majd a sziget folyamatosan francia befolyás alá került. 1719-ben XV. Lajos francia király a Brit Kelet-indiai Társaságnak adományozta az akkor Îsle de France névre keresztelt szigetet. 1735-ben megkezdte munkáját a Társaság első kormányzója. Fejlesztette Port Louist, ami fő kikötővé és adminisztrációs központtá lépett elő. Ez az ország fővárosa ma is (1. kép).

1745-ben elkészült az első cukornádmalom, amiben nemcsak alkoholt, de cukrot is készítettek a cukornádból. 1764-ben a Brit Kelet-indiai Társaság csődbe ment. XV. Lajos visszavásárolta a szigetet, majd 1767-ben kormányzót küldött a szigetre. 1790-ben a telepések üdvözölték a nagy francia forradalmat, két évvel később a kormányzat a rabszolgaság eltörléséről döntött. 1810-ben brit hódítók érkeztek, akik ugyan fokozatosan átvették a sziget feletti uralmat, de az ott élő franciák megtarthatták földjeiket és kultúrájukat. Ennek hatása mind a mai napig jól érzékelhető, hiszen az ország hivatalos nyelve ugyan 1832-től az angol, de franciául még mindig többen beszélnek. A brit időszakban tömegesen érkeztek indiai munkások, akiket kvázi rabszolgaként, elsősorban a cukornád-ültetvényeken alkalmaztak. Nekik köszönhetően, az ország 1,3 millió főnyi lakosságának 68%-a indiai származású, akik nagy része ma is a hindu vallás követője.



1. kép. Port Louis, az ország fővárosa (Neszmélyi Gy. felvétele)

1835-ben végleg eltörölték a rabszolgaságot. 1864 és 1929 között ipari forradalom ment végbe Mauritiuson is. Megépítették az első vasutat, megérkeztek az első autók, megkezdték a sziget villamosítását, majd a telefonvezeték-hálózat kiépítését. (Érdekesség, hogy a Mauritiuson található egyetlen autópályát magyar vállalkozók építették az 1970-es években.)

1967-ben a lakosság népszavazáson döntött a szigetország függetlenségéről. Ez a helyi, francia lakosság nemtetszését váltotta ki, olyan mértékben, hogy függetlenség-ellenes küzdelmet indítottak, ám az ország függetlenné válását csak rövid idővel tudta késleltetni. A többi kisebb szigettel (Rodrigues, Agalega-szigetek, St. Brandon- és Cargados Carajos-szigetek, Diego Garcia) együtt 1968-ban önállóvá vált Mauritius államformája 1992-ben lett köztársaság, a korábbi kormányzó köztársasági elnök lett.

### **Mauritius nemzetgazdaságának fejlődése és mai sajátosságai**

A függetlenség 1968. évi kikiáltásakor Mauritius tipikus agrárország volt, azon belül is a cukornád-termesztés és -feldolgozás jelentette az ország meghatározó jövedelemforrását. Az ágazati munkamegosztás (Tóth T. szerk. 2009) kibontakozása révén azonban a következő évtizedekben Mauritius javuló jövedelme-

zóságú, diverzifikált gazdasággá vált, növekvő iparral, pénzügyi rendszerrel és idegenforgalommal. Az éves gazdasági növekedés hosszú éveken keresztül stabilan 5–6% körüli volt. A GDP növekedés mutatója ma ugyan valamelyest szerényebb, de így is tartja az évi 4% körüli szintet. A mauritiusi kormányzat célul tűzte ki, hogy az ország gazdasági teljesítménye 2020-ra meghaladja a 20 ezer USD/fő értéket (TILLERO, G. 2010).

A 2012–2015. időszakra szóló, „Moving the Nation Forward” címmel indított kormányprogram szerint Mauritiusnak nyitnia kell a világgazdaság újabb, Európán kívüli magterületei felé, valamint azt is előírányozza, hogy az ország körül elhelyezkedő Indiai-óceánból, a korábbiakhoz képest jóval nagyobb, összesen 2,3 millió km<sup>2</sup>-re fogja gazdasági befolyását kiterjeszteni.

Mauritius gazdasága a cukornád-ágazat által dominált mezőgazdaság mellett az idegenforgalmon, a textiliparon és a szolgáltatásokon alapul, de egyéb területek is gyorsan fejlődnek. Az ország infrastruktúrája is viszonylag fejlett. Néhány fontosabb makrogazdasági mutató az utóbbi években az alábbiak szerint alakult (1. táblázat).

1. táblázat. Mauritius főbb makroökonómiai mutatói

Mutató	2010	2011*	2012**	2013**
Reál GDP éves növekedése, %	4,2	4,1	4,0	4,2
Egy főre eső reál GDP növekedés, %	3,6	3,6	3,4	3,7
CPI infláció, %	2,9	6,5	3,7	3,5
Költségvetési hiány az éves GDP %-ában	-3,2	-3,8	-3,7	-3,9
Folyó fizetési mérleg hiánya az éves GDP %-ában	-8,2	-9,8	-10,2	-10,0
GDP (vásárlóerő-paritáson), mrd USD***	18,82	19,60	20,26	..
Egy főre eső GDP (vásárlóerő-paritáson), USD***	14 700	15 200	15 600	..

*Forrás:* African Economic Outlook 2012. OECD 2012. A mauritiusi hivatalos becslések (\*), ill. a forrásmunka szerzőinek előrejelzése (\*\*) alapján.

\*\*\**Forrás:* Index Mundi. Mauritius Economy profile, 2013. (2012-es USD-értékkel számolva.)

2012. évi becslült adatok szerint a GDP 72%-a a szolgáltatásokból, további 23,5%-a az iparból származik, a maradék 4,5% forrása a mezőgazdaság. 2007-ben a foglalkoztatottak 30%-ának az ipar és az építőipar, 22%-ának a szolgáltatások, 22%-ának a kereskedelem, a vendéglátás és az idegenforgalom, 25%-ának az egyéb szolgáltatások biztosított munkát. A mezőgazdaság és halászat a foglalkoztatottak további 9%-ának, a szállítás és távközlés 7%-ának, végül a pénzügyi szektor 6%-uknak adott munkát. A munkanélküliségi ráta 2011-ben 7,9% volt, ami 2012-ra a becslések szerint 8%-ra emelkedik. (Index Mundi, Mauritius Economy Profile 2013).

Az ország folyó fizetési mérlegét befolyásoló mutatók 2008 óta nem romlanak, ami azt jelzi, hogy Mauritius nagyobb gazdasági veszteség nélkül vészelte át a globális pénzügyi válság megrázkódtatásait (2. táblázat).

2. táblázat. Az ország további makrogazdasági mutatói és a folyó fizetési mérleg alakulása, a GDP %-ában

Mutató	2003	2006	2007	2008	2009	2010*	2011*	2012*	2013*
Külkeresk. mérleg egyensúlya	-5,3	-16,7	-18,0	-20,6	-17,5	-19,5	-21,0	-22,8	-23,2
Áruexport (FOB)	33,7	35,9	28,6	24,8	21,9	23,3	23,4	21,5	20,4
Áruimport (FOB)	39	52,6	46,6	45,4	39,4	42,8	44,4	44,2	43,5
Szolgáltatások	6,6	5,4	8,7	7,5	8,2	8,2	8,2	9,1	9,5
Faktor jövedelem	-0,5	0,8	2,3	0,8	-0,5	1,2	1,3	1,5	1,5
Folyó átutalások	0,9	1,1	1,6	2,3	2,4	1,9	1,7	1,9	2,1
Folyó fizetési mérleg egyensúlya	1,7	-9,4	-5,4	-10,1	-7,4	-8,2	-9,8	-10,2	-10,0

Forrás: African Economic Outlook 2012, 8. p. \*Becsült, ill. előrejelzésen alapuló adatok.

Mauritius külső adóssága 2011 végén 5,489 mrd USD volt, ami a tavalyi évben 5,768 mrd USD-ra emelkedett. Az ország deviza- és aranytartalmának összege 2001. december 31-én 2,779 mrd USD volt, 2012 végére ez 2,848 mrd USD-ra nőtt. Említést érdemel az is, hogy az országba több, mint 32 ezer off-shore vállalkozás települt, amelyek közül sokan érintettek az Indiával, Kínával, ill. a Dél-afrikai Köztársasággal folytatott kereskedelemben. Az ország bankszektorába irányuló befektetések összege önmagában meghaladja az 1 mrd. USD-t (Index Mundi, Mauritius Economy Profile 2013). Az African Economic Outlook 2012. évi, Mauritiusról szóló elemzése a következőket emeli ki:

- Az ország reál GDP növekedési mutatója várhatóan továbbra is stabil marad, annak ellenére, hogy a növekedés mértéke 2011-ben és 2012-ben kisebb mértékben csökken, elsősorban az eurózónához tartozó exportpiacokat sújtó recesszió miatt.

- A közpénzekkel való költségvetési gazdálkodás reformja folytatódik, annak ellenére, hogy 2008-tól az expanzív fiskális politika megtorpanni látszik. A hatóságok 2012-től fokozatosan a fiskális konszolidáció irányában kívánnak haladni, és így az ország nemzetgazdasága várhatóan képes lesz kivédeni a világgazdaságban bekövetkező esetleges újabb negatív folyamatokból begyűrűző hatásokat.

- Az ország társadalmi és humán erőforrás-tőkéje ugyan a kontinens élvonalában van, de további reformok szükségesek ahhoz, hogy a hatékonyság-vezérelt gazdaság képes legyen teljesíteni a kitűzött célokat (African Economic Outlook, Mauritius, 2012). Utóbbi azt jelenti, hogy a mauritiusi kormányzat a 20 ezer USD/fő GDP elérését célozta meg 2020-ig (TILLERO, G. 2010).

## Mauritius külkereskedelme

Mauritius nyitott gazdaság. Az alig több, mint 2000 km<sup>2</sup> területű ország nem rendelkezik elegendő energiahordozó-készlettel. A primér energia-

hordozók 83%-át importálják (ebből 29% szén, 54% kőolaj). Mindemellett a szűkösen rendelkezésre álló, azon is döntően cukornádat termő művelésre alkalmas terület miatt jelentős élelmiszerimportra szorul.

Minden bizonnyal jórészt történelmi és kulturális okokra vezethető vissza, hogy Mauritius legjelentősebb külgazdasági partnerei nem a saját régiójában találhatóak. Legfontosabb exportpiacai 2011-ben (a teljes export arányában) az Egyesült Királyság (19,7%), Franciaország (17,1%), az USA (11,5%), Olaszország (8,8%), a Dél-afrikai Köztársaság (7,3%), Spanyolország (6,8%) és Madagaszkár (6,5%) voltak.

Az ország fő exportcikkei a ruházati és más textilipari termékek, a nádcukor, a melasz, a vágott virágok, valamint különféle halászati termékek. A teljes export értéke 2012-ben 2,631 Mrd USD volt, alig különbözött az egy évvel korábbtól (2,645 Mrd USD). A legfontosabb importárúk közé tartoznak a feldolgozott áruk, a munkaeszközök, az élelmiszerek, valamint az olaj- és vegyipari termékek. Mauritius fő szállítói 2011-ben (a teljes import arányában) India (25,2%), Kína (13,6%), Franciaország (9,1%) és a Dél-afrikai Köztársaság (6,9%) voltak. A teljes importérték 2012-ben 5,111 Mrd USD volt, ami kissé meghaladta a 2011. évi behozatalt (4,926 Mrd USD) (Index Mundi, Mauritius Economy Profile, 2013).

### A szigetország élelmiszergazdasága

Mauritius területének közel fele mezőgazdasági terület, amelynek 90%-án cukornádat termelnek, a fennmaradó részeken tea, dohány, kukorica, burgonya, trópusi gyümölcsfélék, hüvelyesek, és más zöldségfélék termesztése folyik.

A cukornád az ország történetében évszázadok óta megkülönböztetett szerepet játszik. A haszonnövény az ország klimatikus viszonyainak köszönhetően jó eredménnyel termelhető. Jól bírja a monokultúrát, a termőföldeken sem vetésforgót, sem ugaroltatást nem alkalmaznak. Egy ültetvény általában 7 évig „terem”, ezt követően a területét megújítják (2. kép).

A cukornád döntő részarányának fennmaradásához mindemellett az is hozzájárult, hogy Mauritius az Európai Közösségtől – a gazdasági segítségnyújtás sajátos formájaként – egyedülállóan magas cukorbeviteli kvótát kapott évi 500 ezer tonnára az 1975-ben megkötött Loméi Egyezmény révén. Ez, a GDP 5–6%-át elérő cukorexport hosszú ideig nagyon komoly nyereséget hozott az országnak. (Igaz, ebből elsősorban a helyiek által „Grand Blanc”-nak, cukorbáróknak nevezett nagytőkések profitáltak.) Az 500 ezer tonnás kvóta meghaladja az ország mai termelési volumenét, 2011-ben 430 ezer tonna cukrot állítottak elő. A cukortermelés és -export révén meggazdagodott tőkés- és földbirtokos réteg – az 1980-as években bevezetett kereskedelmi jogi szabályozást követően, – nyeresége jelentős részét a turizmusba, illetve a ruhaiparba fektette be.



2. kép. Fiala cukornádültetvény az ország délnyugati részén (NESZMÉLYI Gy. felvétele)

Csak a közelmúltban, amikor is az EU által garantált árak jelentősen estek (2005–2009. között a cukor világpiacon 36%-kal csökkent), vált hangsúlyossá a kormányzat részéről a mezőgazdaság diverzifikálásának szorgalmazása. Ez azonban várhatóan nem fog feszültségektől mentesen végbemenni, mivel a cukortermelő és feldolgozóipari lobbi ma is rendkívül erős (New Agriculturalist, Mauritius' economy 'miracle' not all it seems).

Tekintettel arra, hogy Mauritius élelmiszerszükséglete 70%-át kénytelen importálni, az ország rendkívül érzékeny az élelmiszerek világpiacon árára. A 2008 óta tartó radikális élelmiszerár-emelkedési hullám óta a kormányzat erőteljesen szorgalmazza, hogy a mezőgazdasági ágazat növelje teljesítményét és javítsa az ország önellátási mutatóit. Ennek eredményeképpen egyes élelmisznövényekből számottevően javult az arány, friss zöldségekben ma már például közel 100%-os az önellátás, ám a burgonya esetében csak 60%-os. A hagymánál ez az arány nagyjából 33%. Gyümölcsök esetében (banán, ananász, licsi és mangó) az ország alig 50%-ban termeli meg saját szükségleteit (3. kép).

Az állattenyésztés esetében még ennél is jóval rosszabbak az arányok. Az országban mintegy 3500 fő foglalkozik állattartással, ám ezek a gazdálkodók a belföldi szükségleteknek mindössze 5%-át, tejből pusztán csak 2%-át



3. kép. Mauritiusi zöldségtermelő farmgazdaság (Forrás: Nashween's World)

képesek előállítani. A kormányzat határozott lépésekkel igyekszik elősegíteni a tejtermelő ágazat technológiai modernizációját, a kisméretű regionális szövetkezeti tehenészeti telepek fejlesztését, valamint ösztönözni a beruházásokat a takarmánytermesztés terén is (Country profile – Mauritius, New Agriculturalist).

A mauritiusi mezőgazdaság fejlesztésében kulcsfontosságú a fenntarthatóságra való törekvés, a környezetkímélő technológiák alkalmazása, az időszakonként csak korlátozottan rendelkezésre álló édesvízkészlet takarékos, célirányos hasznosítása.

Földrajzi adottságainak köszönhetően az ország tengeri halászatról is érdemes pár szót ejteni. Mauritius vizeiben – kereskedelmi szempontból - a tonhal, a vörös csattogóhal és a csíkos sügér számít leginkább értékesnek. A halászatból élő helyi közösségek számára azonban komoly egzisztenciális problémát okozhat az, hogy a korábban halban gazdag tengeri területeket rendre kimerítik (1. ábra). A Nemzetközi Agrárfejlesztési Alap (IFAD) szerint a lagúnákban folyó túlzott halászat miatt a polipállomány is jelentősen csökkent, ráadásul a poliphalászat alkalmazott módszerei a zátonyokat is tönkreteszik.



## Magyar kapcsolódási pontok

Magyarország számára Mauritius nem lesz belátható időn belül megkülönböztetetten fontos gazdasági partner, és ez megfordítva is áll. A távolság, és ezzel összefüggésben az ár/költség-tényező kétségtelenül jelentős akadály mindenemű együttműködés előtt (SZÉNAY L.–VILLÁNYI L. szerk. 2000). A KSH adatai szerint a kétoldalú forgalom az utóbbi években hullámzó, néhány tízmilliótól egy-két milliárd Ft között alakult. 2012-ben: 1642,5 millió HUF (import), ill. 650,3 millió HUF (export).

A mauritiusi gazdaság fejlődési modellje, bár aligha kínál számunkra közvetlenül alkalmazható tapasztalatokat és módszereket, a fejlődés útja és az elért eredmények miatt mégis figyelemet és elismerést érdemelnek.

Mauritiusi kétoldalú kapcsolatainkban magas szintű kereskedelmi, gazdasági, kereskedelmi jellegű látogatásra először 1988-ban került sor, amikor a kereskedelmi és pénzügyminisztériumi államtitkárok vezetésével mauritiusi üzletemberekből álló delegáció látogatott Budapestre. Magyar külügyminiszter-helyettes szintén 1988-ban, jószolgálati küldöttség élén járt Mauritiuson. Ekkor jelentettük be, hogy a két ország felveszi egymással a diplomáciai kapcsolatot. Említést érdemel, hogy mauritiusi diákok – önköltséges alapon – évek óta érkeznek és folytatnak tanulmányokat magyarországi egyetemeken.

Mindemellett – utalva például a magyar vállalkozók által tető alá hozott 40 évvel ezelőtti autópálya-projektre – minden bizonnyal lehetnek és lesznek a jövőben is olyan piaci szegmensek, amelyekben a magyar szaktudás és technológia konkrét üzletekben is megtestesülő szerepet játszhat. Ezek közé tartozhat a mauritiusi mezőgazdaság és élelmiszeripar modernizációja és ágazati diverzifikációja (pl. tejhasznú szarvasmarha-tenyésztés). Pozitív dolog az is, hogy az ország külkereskedelme nyitott, legfontosabb partnerei egy része – a tetemes földrajzi távolság ellenére is – EU tagállamok.

## Összefoglalás, az ország kilátásai

Mauritius az utóbbi években sikeresen modernizálta és diverzifikálta nemzetgazdaságát. A korábban sérülékeny, monokultúrás agrárország mára az újonnan iparosodó nemzetek közé küzdötte magát. Elmondható, hogy az ehhez vezető út számos nehézségen át vezetett, és még korántsem ért véget. A jövőre nézve számos tennivalója akad az ország vezetésének politikai és gazdasági síkon egyaránt.

Ezek közül kiemelendő a gazdasági környezet további finomhangolása a nemzetközi versenyképesség erősítése érdekében. Az országot, különösen exportfüggősége miatt, ha nem is tragikus mértékben, de érzékenyen érinti a globális pénzügyi és gazdasági válság.

Fontos, hogy az ország politikai és gazdasági elitje továbbra is megőrizze azt a korábbi konstruktív együttműködését és reagálóképességét, amely az országot képes volt növekedési pályára állítani. A ma és a közeli jövő legfontosabb kihívásai között szerepel Mauritius számára az etnikai és vallási csoportok közti társadalmi béke megőrzése, ill. a fenntarthatóság elveit szem előtt tartó, folytatódó gazdasági modernizáció. Ehhez szolgálnak támpontként olyan jól csengő programok, mint például a „Kibernetikai Sziget Stratégia”, avagy a „Zöld Sziget Vízió” (BTI 2012 Mauritius Country Report).

## IRODALOM

- AFD and Mauritius – Sustainable Island the Forest of Bras d’eau, Classified as a National Park in 2011. – Agence Française de Développement (AFD) Paris, Government Information Service, Republic of Mauritius. (online). <http://www.afd.fr/webdav/site/afd/shared/AFD%20and%20Mauritius%20Sustainable%20Island.pdf>
- African Development Bank Group. (online) <http://www.afdb.org/en/countries/southern-africa/mauritius/>
- African Economic Outlook 2012. évi országtanulmánya Mauritiusról. (online). <http://www.africaneconomicoutlook.org/en/countries/southern-africa/mauritius/>
- Bertelsmann Stiftung, BTI 2012 – Mauritius Country Report. Gütersloh, Bertelsmann Stiftung, 2012. (online). <http://www.bti-project.de/fileadmin/Inhalte/reports/2012/pdf/BTI%202012%20Mauritius.pdf>
- Country profile – Mauritius New Agriculturalist (2012. októberi adatokkal). (online). <http://www.new-ag.info/en/country/profile.php?a=2811>
- David versus Goliath: Mauritius facing up to China. – University of Mauritius, 2008. (online). [http://www.aercafrica.org/documents/china\\_africa\\_relations/Mauritius.pdf](http://www.aercafrica.org/documents/china_africa_relations/Mauritius.pdf)
- Economy Profile: Mauritius. Doing Business Series. – The International Bank for Reconstruction and Development. The World Bank, Washington DC, USA, 2012. (online). <http://www.doingbusiness.org/-/media/fpdkm/doing%20business/documents/profiles/country/MUS.pdf>
- FEKETE E. 2010. Mauritius: Afrika legversenyképesebb turisztikai desztinációja. –TTG Hungary, January. (online). <http://www.ttghungary.hu/modules/foldertree/versions/1/view.php?type=7&nid=2132&PHPSESSID=6gc2hnten3dp45j23kusgaq320>
- Government Programme 2012–2015. Moving the Nation Forward. Address by The Acting President of the Republic of Mauritius Monday 16 April 2012. (online). <http://www.gov.mu/portal/goc/mof/GovernmentProgramme.pdf>
- [http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Policy-Documents/Mauritius\\_2009\\_2013%20country%20strategy%20paper.pdf](http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Policy-Documents/Mauritius_2009_2013%20country%20strategy%20paper.pdf)
- Index Mundi – Mauritius Economy Profile 2013. (online) [http://www.indexmundi.com/mauritius/economy\\_profile.html](http://www.indexmundi.com/mauritius/economy_profile.html)
- KSH adatbázis; 3.5.9. A külkereskedelmi termékforgalom forintban, országok szerint. – KSH 2001–2010)(2/2), Budapest. (online) [http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_qkt009b.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qkt009b.html)
- Mauritius' economy 'miracle' not all it seems. – Mail & Guardian, March 15. 2013. (online) <http://mg.co.za/article/2013-03-15-00-mauritius-miracle-not-all-it-seems>

- Mauritius: 2009–2013 Country Strategy Paper. – African Development Bank, 2009. augusztus 6. 1–40. (online)
- Mauritius: 2012. Article IV Consultation – Staff Report; Public Information Notice on the Executive Board Discussion and Statement by the Executive Director for Mauritius (online) <http://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2012/cr1262.pdf>
- Mauritius: 2012. Article IV Consultation – Staff Report; Public Information Notice on Multi Annual Adaption Strategy – Sugar Sector Action Plan 2006–2015. (online) <http://agriculture.gov.mu/English/Documents/Land%20Conversion%20Unit/mass.pdf>
- Nawsheen Hosenally: Sustainable Agriculture in Mauritius. – Nawsheen's world. January 30. 2012. (online). <http://nawsheenh.blogspot.hu/2012/01/sustainable-agriculture.html>
- SZÉNAY L.–VILLÁNYI L. szerk. 2000. Agrárgazdaságtan. – Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 242 p.
- The Executive Board Discussion and Statement by the Executive Director for Mauritius – International Monetary Fund, 2012. március.
- TILLERO, G. 2010. Szárnyaló gazdaságok az Indiai-óceánon. – 2010. november 20. (online) <http://www.mindennapiafrika.info/2010/11/20/szarnyalo-gazdasagok-az-indiai-oceanon/>
- TÓTH T. szerk. 2009. Regionális gazdaságfejlesztés és menedzsment. – Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő, 130 p.

## **Meggyőzés, manipuláció és a hibás érvelés stratégiája néhány bevásárlóközpont reklámjaiban**

PAPP VANDA<sup>1</sup>

### **Persuasion, manipulation and fallacies in the advertisements of shopping malls**

The first part of the study aims to define and distinguish persuasion and manipulation. Based on the different definitions, we can say that prototypical manipulation always presupposes the intention to manipulate our communication partner. At the same time, manipulation is rather hard to prove; in most cases we can only extrapolate it. However, advertisements are a special case of manipulation, since here receivers expect to be manipulated and actually look forward to it. In the second part of the study the most common manipulation strategy (fallacies of argumentation) is introduced and its use in advertisements is depicted. We also wish to illustrate how advertisements try to manipulate our emotions and which linguistic tools are used in this process.

**Keywords:** manipulation, persuasion, fallacies, advertisements, shopping malls

### **Bevezetés**

A reklámok az elmúlt harminc év során nagyon megváltoztak, manapság a hangsúly a vizuális aspektusra helyeződik, hiszen sokszor csupán néhány másodperc áll rendelkezésre ahhoz, hogy a befogadó érdeklődését felkeltsék. A vizualitás mellett fontos még a promóció és az arcuatteremtő szerep. Ám mint azt Gillian DYER megállapítja, hiba lenne elhanyagolni a reklámok nyelvét, amely sokszor fontosabb, mint a vizuális aspektus (DYER, G. 2008).

Ahhoz, hogy képzeletünket megragadják, majd emlékezetünket megtámogassák, gyakran játszanak a szavakkal: szokatlan, sajátos szókinccset alkalmaznak, más kontextusba helyezik őket, jól megjegyezhető, pergő szlogeneket, esetleg saját kitalálású szavakat használnak. A hangnem általában egyszerű, közvetlen, gyakran felszólító módban szólnak hozzánk. Ebből következik, hogy a reklám nyelve természetesen nem semleges. Célja, hogy megragadja

---

<sup>1</sup> Selye János Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Komárno. Edutus Főiskola, Tatabánya.

figyelmünket, és bennünk a nekik kedvező cselekvést (vásárlás) váltsák ki, vagyis nekik tetsző irányba befolyásolják a befogadót.

Ahogy azt ÁRVAY Anett megfogalmazta, „[a] nyelvhasználat általi befolyásolás a kommunikáció azon törekvése, hogy az olvasókban vagy a hallgatókban egy adott véleményt alakítson ki, ill. a már meglévő ismereteiket, véleményüket, attitűdjüket megerősítse, vagy megváltoztassa” (ÁRVAY A. 2008, p. 11). Reklámok esetében nagyon fontos, hogy sikeres befolyásolás után az új attitűd stabilizálódjon, beépüljön a befogadó értékrendjébe, interiorizálódjon. Ezek a befolyásoló szövegek, diskurzusok a beszélő szándékától függően lehetnek meggyőző vagy manipulatív szövegek.

Jelen tanulmány először megkísérli különválasztani és definiálni a meggyőzést és a manipulációt, majd ismerteti az írott szövegekben leginkább tetten érhető befolyásolási és manipulációs stratégiákat. Végül *bevásárlóközpontok* reklámszövegeiben megvizsgálja a hibás érvelés stratégiáját, azt a stratégiát, amelyet a befogadó befolyásolására a leggyakrabban alkalmaznak. A (korántsem teljes körű) vizsgálódás célja megállapítani, hogy ezek az árut és szolgáltatást (amelyek csak közvetve a sajátjuk) egyaránt eladni kívánó komplex intézmények alkalmazzák-e ugyanazon stratégiát, mint a többi reklámozó.

## Meggyőzés és manipuláció

A meggyőzés művészetével már az ókorban is foglalkoztak: az antik ember képzése a retorikában csúcsondott ki, ezt tekintették a legmagasabb szellemi tevékenységnek. Szókratész szerint a szónok feladata, hogy a dialektika segítségével tiszta fogalmakat alkosson, értsen a hallgatók szenvedélyének felkeltéséhez és feladata a hallgatók meggyőzése a valószerű segítségével. Arisztotelész szerint a retorika az a képesség, amellyel minden tárgyra vonatkozóan felismerjük a meggyőzés lehetőségét.

ACZÉL Petra vizsgálatai szerint a retorikus közlésmódban „... az elvont filozófiai igazság helyébe a vélekedés lép, a vélemények ereje többoldalú vizsgálatukból, valamint a kölcsönös hozzájárulás megszerzéséből fakad. Alapját az észlelések és vélekedések közössé tétéle, egyfajta dialogikus, interaktív természet adja. E közlésmód nem univerzálisan, hanem szituacionálisan kötött, fő kívánalma az illőség (*kairosz*), a helyes idő és helyes mérték elve. A retorika ezért a „radikális alkalomhoz illőség” (HAUSER, G.A. 2002, p. 8) formája. Itt nem a képzelet, hanem maga a közlés szabadul fel, és cselekvő értéket nyer” (ACZÉL P. 2012, p. 18). A befolyásolás elsődleges célja nem a tájékoztatás, hanem a hallgató attitűdjének valamilyen irányba történő megváltoztatása.

A meggyőzés és a manipuláció egyaránt a befolyásolás kategóriájába tartoznak, de míg a manipuláció konnotációja alapvetően negatív, a meggyőzés pozitív. A meggyőzés mind a meggyőző, mind a meggyőzendő fél részé-

ről tudatos tevékenység, míg bizonyos esetekben befolyásolhatunk valakit a befolyásolás szándéka nélkül is (pl. modell-követés). SÍKLAKI István megfogalmazása szerint „meggyőzésről akkor beszélünk, ha a befolyásoló félnek szándékában áll a befolyásolt fél viselkedését megváltoztatni, a befolyásolt fél pedig ennek tudatában, saját döntése nyomán változtat magatartásán” (SÍKLAKI I. 1994, p. 11).

A meggyőzés esetében a meggyőzendő félnek vagy még nincs kialakult attitűdje a kommunikáció tárgyáról, ebben az esetben a meggyőzést egy attitűd kialakításaként foghatjuk fel. Ha már létezik ilyen attitűd, akkor sok esetben nem annak megváltoztatása, hanem megerősítése a kommunikáció célja.

A meggyőzésnél mindkét félnek ugyanannyi esélye van meggyőzni a másikat. BÁRTHÁZI Eszter szerint itt az észérvek és a logika kerülnek előtérbe, a manipulációval ellentétben ez kétoldalú folyamat (BÁRTHÁZI E. é.n.). Sikeres meggyőzés esetén a befolyásolt ember úgy gondolja, hasznára válik az adott viselkedés, és a kényszerítéssel ellentétben, önként vállalja azt (SÍKLAKI I. 1994).

Meg kell jegyezni azonban, hogy a fogalmak használatában a szakirodalom sem egységes: sok kutató a meggyőzést nem tekinti elsősorban észérvekkel való befolyásolásnak, véleményük szerint itt is szerepe lehet az érzelmeknek. Jelen tanulmány írója osztja azt a ROWELL, E.Z. (1932), WOOLBERT, C.H. (1917) és MILLER, G.R. (1980) által is képviselt véleményt, amely szerint a meggyőzés elsősorban logikai úton történik, míg az érzelmekre alapozó, nem manipulatív befolyásolást rábeszélésnek tekinti. Az azonban vitathatatlan, hogy sok esetben nehéz különbséget tenni köztük.

ÁRVAY meglátása szerint a meggyőzés közel áll a manipulációhoz, hiszen mindkettő „célorientált: a kommunikátor arra törekszik, hogy egy neki tetsző álláspontot, véleményt alakítson ki a befogadóban, vagy megváltoztassa (esetleg fenntartsa) a szövegbefogadó véleményét egy adott témában. Reklámszövegek esetében az a cél, hogy az olvasó pozitív képet alakítson ki a termékről, vagy szolgáltatásról, ezáltal potenciális vásárlóvá váljon.” A nyelvhasználat által megvalósuló manipulációt olyan interakcióként definiálja, ahol „a kommunikátor célja egy adott információ, tényállás vagy vélemény elfogadtatása, de az elfogadtatás céljából alkalmazott stratégia nem felel meg az együttműködő kommunikáció elveinek” (ÁRVAY A. 2007, p. 2).

Philippe BRETON a következőképpen határozza meg a manipulációt: „manipulatív akción olyan erőszakos és kényszerítő fellépést értünk, amely megfosztja szabadságától azt, akit a manipuláció érint” (BRETON, Ph. 2000, p. 25). A manipuláció esetében a központi stratégia az, hogy a lehető legteljesebben korlátozzák a befogadót abban, hogy megvitathassa, vagy ellenállást tanúsítson azzal szemben, amit ajánlanak neki. „A manipuláció aktusában az üzenet, akár a tudatra irányul, akár érzelmi jellegű, már fogantatásakor azt a célt szolgálja, hogy becsapjon, tévútra vezessen, elhitessen valamit, ami nem igaz. Ez az üzenet azonban mindig hazug.” (BRETON, Ph. 2000, p. 25).

Rom HARRÉ a meggyőzés és a manipuláció közötti különbséget a cselekvő (közlő) erkölcsi implikációjában véli felfedezni. Amint azt megállapítja, „ezek a fogalmak morális szempontból különböznek egymástól” (HARRÉ, R. 1988, p. 292). Meggyőzésnél az attitűdváltozás, és az ennek következtében létrejövő cselekvés a hallgató, meggyőzendő érdekeit szolgálják. A manipuláció esetében mindez a manipulálónak kedvez. Meggyőzéskor a meggyőzendő értelmére próbál hatni, önálló individuumként kezeli, míg a manipulátor dolognak tekinti a meggyőzendő felet, és érzelmeire próbál hatni. A manipuláció fogalmát az interperszonális befolyásolás olyan eseteire alkalmazza csak, ahol a befogadó nincsen tudatában a „hatásnak” és az üzenet küldőjének érdekeiben. (Ha tudatában lenne, akkor a manipuláció egyik feltétele nem teljesülne, nevezetesen az, hogy a befogadó csupa „jót” gondol a beszélőről.) Hasonlóan vélekedik ZENTAI István is: a manipuláció esetében a célszemély nincs tudatában a befolyásoló szándékának, de végül mégis szándékainak megfelelő reakciót ad (ZENTAI I. 1998, p. 14).

PARRET, H. (1994) szerint a manipuláció olyan meggyőzés, amely szándékos és tudatos tevékenység, és amely magában foglalja a perlokúciót azáltal, hogy felbujt valamilyen cselekvésre. Azért tekinthető tisztességtelennek, mert megkérdőjelezi az interszubjektív viszonyokban meglévő szerződést. Ilyenkor a manipulátor kezdetől fogva irányít, egyoldalúvá téve a kommunikációt, amelyben a befogadó három lehetséges attitűd közül választhat: engedelmesség, közömbösség vagy tehetetlenség (idézi ÁRVAY A. 2008).

BÁRTHÁZI a manipuláció két altípusát különbözteti meg. Az egyikben a közlő rejtett, a befogadóban nem tudatosuló eszközökkel (pl. testbeszéddel) manipulál, a másokban a nyelvi interakció valódi célját rejti el (BÁRTHÁZI E. é.n.). BÁRTHÁZI a különböző manipuláció-definíciók vizsgálatával összegyűjtötte azokat a megállapításokat, amelyekkel a prototipikus manipulációt jellemezhetjük. A legfontosabb jegynek a manipulációs szándék meglétét tekinti, amely magában foglalja azt, hogy a közlő eltitkol, illetve elrejt valamit a befogadó elől. A befogadó oldaláról elmondhatjuk, hogy nem tudja bizonyítani, hogy manipuláció áldozata lett, legfeljebb következtet rá. Manipuláció esetén tehát a manipulatív szándék megléte elengedhetetlen (ez a szándék nem bizonyítható, letagadható), a manipuláció igazi ereje annak bizonyíthatatlanságából ered.

Ezen nézeteknek – ti. sikeres manipuláció esetén a befolyásolt nincs tudatában a befolyásoló szándékának – ellentmond Paul CHILTON meglátása, amely szerint a félrevezetés lehetősége benne rejlik a kommunikációban és az emberi eszköztárnak része egy automatikus ellenőrzőrendszer, amely a következetességet ellenőrzi, így a manipuláció sikere a befogadón is múlik (CHILTON, P. 2002).

SÍKLAZI szerint „a sikeres manipuláció ... olyan paradox helyzetet teremt, amelyben a manipulátor akkor is eléri a célját, ha hiszünk neki, és akkor is, ha nem” (SÍKLAZI I. 1994, p. 129). Ebben az esetben a manipuláció sikere a befogadó felelőssége is, nemcsak a manipulátoré.

Itt kell azonban megjegyezni, hogy sikeres manipuláció esetén – hacsak magát a manipulációt fel nem ismeri a befogadó – nem tudjuk eldönteni, hogy igaza van-e a manipulálónak. Jelen tanulmány írója sem kíván állást foglalni abban, hogy a manipuláció erkölcsi szempontból elítélendő vagy elfogadható-e, hiszen vitathatatlanul létezik jó cél érdekében végzett manipuláció is, ilyenek pl. a pszichoterápiás kezelések vagy a nemes cél érdekében létre jött reklámok is.

### **A reklám: befolyásolás vagy manipuláció?**

A reklám lényege BRETON (2000) szerint, hogy a kibocsátó ellenőrzése alatt tartja az üzenetet a kommunikációs folyamat elejétől a végéig. A reklámüzenet célja a meggyőzés. Ezt a folyamatot BRETON nyomán két szintre bonthatjuk. Első szinten a reklám informál (ebben nem különbözik a 20. sz. előtt megjelent kereskedelmi hirdetésektől), de ma már több mint szimpla információátadás. Célja nem csupán, sőt, nem is elsődlegesen, a tájékoztatás, hanem a befolyásolás. Ki akarja váltani a befogadóban az üzenet küldője által vágyott viselkedést (vásárlást). Az információ ennek a befolyásolási folyamatnak csak egyik része. Második szinten a reklám tehát befolyásol, a befolyásolónak tetsző cselekvést vált, ki, ennek eléréséhez az üzenetet kellemessé, meglepővé, önmagában is vonzóvá változtatja. A Petit Robert lexikon szerint a reklám a nyilvánosság pszichológiai befolyásolásának művészete kereskedelmi célokból.

Egy másik definíció is hangsúlyozza a reklám befolyásolási szándékát: „[a reklám] a tömegkommunikáció csatornáin célba juttatott, befolyásolási céllal közreadott tájékoztatás, amely a célcsoportokkal megismertet valamely terméket, szolgáltatást, és annak előnyös jellemzőit hangsúlyozva keresletet próbál teremteni iránta. A reklám a befogadás első szintjén informál, a második szinten befolyásol” (ANTAL Zs. *et al.* 2005, p. 179).

SÁNDOR Imre (1997) marketing szempontú megközelítése is kiemeli a reklám befolyásoló szerepét: „olyan tájékoztató tevékenység, amelyet kifejezetten gazdasági (legtöbbször profitnövelési) célból (meghatározott termék vásárlásának vagy szolgáltatás igénybe vételének előmozdítása céljából) egy vagy több cég, vállalat, bolt a potenciális fogyasztók (felhasználók) befolyásolására meghatározott eszközökkel és hatékonyságra törekedve tervszerűen végez”.

Szinte minden, a reklámot definiáló meghatározásban megjelenik a reklámok befolyásoló szándéka. Arról azonban nem szólnak, hogy ez a befolyásolás a meggyőzés vagy a manipuláció kategóriájába tartozik-e. BÁRTHÁZI véleménye szerint: ha a reklámok a befogadó érdekeit vennék figyelembe, akkor inkább a meggyőzés eszközeivel élnének, ám a reklámok többsége nem ebben érdekelt (BÁRTHÁZI E. é.n.).

A fenti értelmezés szerint akkor a reklámok a manipuláció különleges eseteinek tekinthetők, hiszen egyrészt a befogadó nem érvelhet, nem próbál-

hatja meggyőzni a beszélőt, nem is kétirányú a folyamat, másrészt viszont minden potenciális fogyasztó tudatában van annak, hogy manipulálni próbálják. A reklámok esetére vonatkoztatva ennek alapján elmondhatjuk, hogy:

- a sikeres manipuláció következtében megvalósuló cselekvés (vásárlás) a manipulátornak kedvez,
- a befogadó (a manipuláció egyéb eseteivel ellentétben) tudja, de legalábbis sejtí – és ennek megfelelően legtöbbször el is várja – a közlés manipulációs szándékát,
- a manipulátor általában rejtett, a befogadóban nem tudatosuló eszközöket használ, elsősorban az érzelmeire hat.

A nyelvhasználat által megvalósuló manipulációt ÁRVAY a következőképpen határozza meg: ez olyan verbális interakció, ahol a kommunikátor célja egy adott információ: tényállítás vagy vélemény elfogadtatása, de az elfogadtatás céljából alkalmazott stratégia nem felel meg az együttműködő kommunikáció elveinek (ÁRVAY A. 2007).

KEY, W.B. (1972) megállapítása szerint a reklámok hatása abban rejlik, hogy a tudatos meggyőző üzenet mögé rejtik a tudat küszöbe alatt ható valódi befolyásoló üzenetet. Kísérletek bizonyítják (SEMIN, G.R.–DE POT, CH.J. 1997; LOFTUS, E. 1979; HOWARD, D.–KERIN, R.A. 1994), hogy „a nyelvi inger is megvalósíthat küszöb alatti befolyásolást, mégpedig azért, mert a nyelvi inger feldolgozás az automatikus dekódolási szakaszban történik”. Mint azt ÁRVAY megállapítja, „az üzenet nyelvi síkján tudat alatt olyan tartalmakat (sztereotípiákat) lehet működésbe hozni, amelyek befolyásolják a viselkedést, miközben nem válnak tudatossá” (ÁRVAY A. 2008, p. 19). Ennek alapján szerinte a manipulatív stratégiák a következő módokon valósulhatnak meg:

1. A propozíciók elhallgatása. Ilyenkor az elhallgatás maga a manipuláció.

2. A kommunikatív szándék hiánya. A kommunikátor közöl ugyan egy feltevés-halmazt, de a címzett nem tudja, hogy azt neki szánták.

3. A nyelvi elem mint manipulációs lehetőség. Ennek feldolgozása a dekódolási szakaszban történik, így a küszöb alatt hat, kontextustól függetlenül. Ide tartoznak a szemantikai előfeltevések (pl. határozott névelős főnevek, fiktív igék – ilyen például a *tud* –, amelyeknél az alárendelt tagmondatot a befogadó feltétlenül igaznak véli).

4. Hibás érvelés. Ezek a típusú érvek inkább a meggyőzés perifériális útját követő befogadóknál lehetnek hatásosak (lásd SÍKLAKI I. 1994).

Janusz BAŃCZEROWSKI (1997) és Gillian DYER (2008) szerint a nyelvi kifejezésekben elrejtett minősítések is lehetnek manipulatív eszközök (BAŃCZEROWSKI, J. 1997; DYER, G. 2008).

Az írásbeli szövegeket gondosabban formálják, különösen a reklámokat, többször ellenőrzik, tesztelik, javítják, hogy a kívánt hatást elérjék. A nyelvi kontroll miatt nem következtethetünk az élőbeszéd természetes mód-

jára, viszont jobban tetten érhetőek bennük a manipulációt megvalósító nyelvi stratégiák, ezek közül is a hibás érvelés stratégiája. A reklámot tekinthetjük „kvázi-érvelő” diskurzusnak (Árva A. 2008), hiszen a közlő be akar bizonyítani valamit a befogadónak, akinek nincs lehetősége saját érveinek ismertetésére, kérdések feltevésére. Ebben az esetben a klasszikus befolyásoló stratégia manipulációs stratégiává válhat. Ugyanakkor nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy mára átalakult a reklámok világa is: a web2.0-ás alkalmazások miatt a befogadók lehetőséget kaptak arra, hogy azonnal reagálhassanak a befolyásoló stratégiáira. Az eddigi kvázi egyirányú folyamat, amely abból adódott, hogy az írásban megjelenő reklámokra adott befogadói reakció útja hosszadalmas és körülményes volt, mára megváltozott: az eddigi befolyásoltak befolyásolóvá válhattak. Így, mint azt Sas István (2008) kiemeli, a kognitív érvelési taktikáknál hatékonyabb az érzelmi ráhatás, a centrális érzékelés helyett a periférisra kell hatni.

### A vizsgálati korpusz

Vizsgálati korpusznak *bevásárlóközpontok* weboldalán található szöveges reklámokat választottam (a befolyásolás egyéb, vizuális eszközeivel most nem foglalkozom). Ezekon a honlapokon nincs mód azonnali reakcióra, párbeszéd folytatására, erre a központok Facebook oldala ad lehetőséget, így ezek a reklámok nem változnak meg olyan gyorsan, a kibocsátó nem változtatja az üzenetet a befogadó reakciója alapján, így megfelelnek a vizsgálat feltételeinek. Négy bevásárlóközpont (Allee, Árkád, Mammút és MOM Park) honlapján 5–5, találmra kiválasztott bolt reklámját elemzem a hibás érvelés megvalósulási formáit keresve.

A vizsgálati anyag kiválasztását nehezítette, hogy a megállapításokhoz hosszabb, összefüggő szövegre van szükség, és a szövegek nagy része nem éri el a kívánt hosszúságot (legalább 40 szó), valamint az, hogy a szövegek nem csak egy-egy meghatározott terméket vagy szolgáltatást reklámoznak, hanem több esetben egy imázst próbálnak eladni. Két bevásárlóközpont (Mammút és Árkád) honlapján csak minimális információt találunk a boltokról és azok kínálatáról, esetükben időszak kiadványként megjelenő életmód-magazinok tartalmazzák a hirdetéseket (Mammút Magazin 2012/tél és Arcadium 2013 tavasz), így ezek adták a korpuszt.

A vizsgált reklámok üzletközpontok szerint:

*Allee*: Cut & Cup – Fodrászat és Kávézó, L’Occitane, Green Papír, Vinopolis – Az új borköztársaság, Ismertető a bevásárlóközpontról.

*Árkád*: Levi’s, Triumph, Nike, Retro Jeans, Különleges készítmények (Arcadium 72. old.).

*Mammút*: Starbucks, Biosétány, Euromedic, Lite Wellness Club, Kookta.

## A hibás érvelés stratégiája

A továbbiakban ÁRVAY Anett van EEMEREN, F.H. és GROOTENDORST, R. (1992) pragma-dialektikus hibalistáját alapul vevő kutatásának eredményeiből kiindulva a leggyakrabban előforduló stratégiát, a hibás érvelés stratégiáját próbáljuk tetten érni a vizsgált reklámokban (a többi stratégiával most nem foglalkozunk). A stratégiák közül a hibás érvelés a leggyengébb, a befogadó által legkönnyebben azonosítható és felfedhető stratégia, hiszen figyelmes olvasással és gondolkodással kiszűrhető. Sok esetben mégis sikeres, mert a befogadó a reklámokat nem figyelmesen olvassa, hanem periferikusan dolgozza fel.

ÁRVAY szerint egy adott diskurzusban az érvelést akkor tekinthetjük hibásnak, ha a diskurzusban érvelési hibát találunk vagy a diskurzus igazság-tartalma sérül (vö. CONNORS, R.J.–CORBETT, E.P.J. 1999). Az érvelési hibát gyakran előforduló és megtévesztő, rossz megnyilatkozásként definiálhatjuk (MARGITAY T. 2004, p. 117). Az érvelési hibákról tudni kell, hogy racionálisan rendszerint nem meggyőzőek, de pszichológiai okokból mégis meggyőzőnek tűnnek” (ÁRVAY 2007, p. 4).

A hibás érvelés leggyakrabban a következő módokon valósulhat meg:

1. *Érzelmekre apellálás* – több altípusa van, általában az egyediség, különlegesség hangsúlyozására törekszik. Ez összecseng Sas István reklámszakember már idézett megállapításával, miszerint napjainkban a hatékony reklámok elsősorban az érzelmeket célozzák meg.

2. *Hamis preszuppozíciók* – a közlő bizonyos előfeltételek meglétét implikálja, olyan kijelentéseket tesz, amelyek feltételezik egy másik meglétét, anélkül, hogy azt kimondanák.

3. *Homályosság* – képes a valódi információtartalmat elfedni, sokszor a szakszavak használatából adódik, amelyet nem magyaráz meg a közlő. Ez egyébként felfedezhető egy pszichológiai manipulációs stratégiánál is, a ritkaság pszichológiájánál.

4. *Irreleváns érvelés* – amikor a közlő helytálló, ám a reklámozott termékhez nem kapcsolódó érveket használ.

5. *A hamis ok-okozat stratégia* egymás után következő állítások közötti ok-okozati összefüggés kimondása vagy sugallása révén jön létre. Reklámokban gyakori az egész szövegen átívelő *probléma-megoldás* séma. Ilyenkor a közlő felvet egy problémát, amelyre az egyedüli jó megoldást a saját terméke adja. Ilyenkor a narratív struktúra automatikus meggyőző hatása lép működésbe, az események között ok-okozati kapcsolatot keresünk.

6. A „*más is ezt csinálja*” (*ad populum*) érv az érzelmekre hat, és független vásárlók szájába adja a dicsérő szavakat.

7. A *sajnálatkeltés* (*ad misericordiam*) szintén az érzelmekre hat, itt egy cég imázsának megteremtése a cél. Sokszor hamis ok-okozati viszonyt is rejt a szöveg.

8. A *félelemkeltés* (*ad baculum*) szintén az érzelmekre hat. Ez is rímél egy pszichológiai stratégiára, amelynek lényege, hogy elhitheti a reklám befogadójával, hogy ha nem az adott terméket választja, akkor az kellemetlen következményekkel járhat. Ugyanakkor útmutatást is tartalmaz a veszély elhárítására, amelyet a befogadók alkalmasnak találnak a célra és elhiszik, hogy képesek véghezvinni mindazt, ami a veszély elhárításához szükséges. A félelem miatt itt megszűnik a racionális mérlegelés.

9. Szintén gyakran alkalmazott eszköz a *tekintélyérv*, amelyben ellenőrizhetetlen, anonim szakértőre hivatkoznak. Ennek változata, amikor egy *híres ember* nyilatkozik a termékkel kapcsolatban.

10. Az *álságos beállítás* lényege (BRETON, Ph. 2000), hogy a szavak jelentésének szintjén ügyeskednek. Leggyakrabban ott találjuk a hamis ígéretet, amelyben úgy teszünk, mintha ígérnénk valamit, amink nincs, közben mégsem hazudunk. (Pl. a tabletták *enyhíthetik* a fájdalmat. Nem ígérjük, hogy meg is teszik, de a lehetőség fennáll.)

Egy-egy reklámban természetesen több megvalósulási mód is megjelenhet. A következő, a Mammutban található cég szűrővizsgálatát reklámozó részletben például hármat is felfedezhetünk:

A szöveg mellett egy nagyméretű képről Jakupcsek Gabriella mosolyog ránk, képe alatt a szöveg: „Számomra fontos a prevenció” – egy híres ember ajánlja nekünk a szolgáltatást, vagyis megvalósul a *tekintélyérv*:

Magyarországon évente több mint 8 ezer ember betegszik meg és 5 ezer hal meg ebben a betegségben, pedig az időben felfedezett vastagbélrák az esetek többségében gyógyítható. A vastagbél daganatos megbetegedéseit az esetek nagy részében későn diagnosztizálják, mivel kezdetben nem okoznak tipikus, jól felismerhető panaszokat. A legjellemzőbb tünetek: véres széklet, székelési szokások megváltozása, hasi görcsök, hasi fájdalmak. Gyakori a hasmenés és a székrekedés váltakozása is. A megváltozott székletet általában emésztési zavarnak tudjuk be, a megmagyarázhatatlan hasi kellemetlenségeket a stresszre fogjuk, a székletben megjelenő vért pedig talán észre sem vesszük, hiszen szabad szemmel nem mindig látható. Szűrővizsgálatokkal megelőzhető a súlyosabb bajok kialakulása, mert ha időben fedezik fel a vastagbélrákot, az még gyógyítható.

Már az első soroknál könnyen felfedezhető a *félelemkeltés* eszköze. A szövegrésztet végigolvasva találkozhatunk az *álságos beállítással*: senki nem mondja, hogy biztosan meg lehet előzni a betegséget, ha rendszeresen igénybe vesszük a szolgáltatást, csupán a lehetőséget adja meg.

A vizsgálat eredménye egybecseng az eddigi megállapításokkal: a 20 esetből 14-ben próbálnak az *érzelmeinkre hatni*, legtöbbször azzal, hogy a termék vagy szolgáltatás *különlegességét* emelik ki. Néhány a vizsgált példák közül:

*Tavaly februárban a Nike egyedülálló újdonságként mutatta be a kötött felsőrésszel készülő Flyknit futócipőt. A különleges felsőrész idén tavasszal új talpat kap: a Lunarlon anyag habkömnyű, miközben ru-*

galmas átgyördülést tesz lehetővé. A Flyknit Lunar 1 így második bőrként simul a lábfejre és közben tartja is azt. A tavasz abszolút újdonsága fantasztikus csajos színekben kapható az Árkád Nike üzletében.

(Nike bolt az Árkádban)

A Starbucks-élményt teázás közben is átélhetjük, hiszen a kávézókból nemcsak a világ legkiválóbb kávéitalaival, hanem a különleges Tazo® teákkal is találkozhatunk. A Starbucks minőségi és különleges ízvilágú teákat kínál, amelyek felfrissülést nyújtanak a nap minden percében. A kínálatban megtalálhatóak zöld vagy fekete teák egyaránt, de koffeinmentes herbateákból is széles választékkal vár mindenkit a kávézólánc. Ha klasszikus ízekre vágyunk, választhatjuk az Earl Grey vagy kamillateát, ám ha bevállalásabbak vagyunk, a népszerű Chai Tea Latte biztosan lenyűgöz majd minket. Térjünk be a Starbucks kávézóba, és válasszuk ki kedvencünket!

(A Starbucks a Mammutban)

A francia Enticelle Párizstól Londonon át Hongkongig a világ számos nagyvárosában képviselteti magát. Különleges technológiával készült, kézzel festett darabjai olyan egyéni stílust képviselnek, amely tartósan elegáns és divatos marad. Az idei tavaszi-nyári kollekciónak meghatározója a romantikus csipke és a selyem; az élénk színek és a letisztult pasztell árnyalatok mellett nagy szerepet kap a fekete-fehér kombináció. A ruhákhoz a Cango&Rinaldi kiegészítői közül választhatunk cipőt, táskát, övet, ékszert, telefontartót, pénztárcát, kabátot. A prémium olasz-magyar márka termékei kiváló bőrből, teljes egészében kézimunkával készülnek, és Swarovski kristállyal gazdagon díszítettek. Az Eticelle és a C&R kollekciónak stílusban és minőségben tökéletesen kiegészítik egymást.

(Az Eticelle a MOM Parkban)

Hamis preszuppozícióval négy esetben találkoztam (az Árkád és a Mammut hirdetései közül kettőben, a MOM Park honlapján lévő reklámok közül egyben). Az idézett példa az Árkád egyik hirdetéséből való, amely étrend-kiegészítőket és drogériai termékeket népszerűsít:

Mindössze néhány aprócska szépségtrükk kell ahhoz, hogy még jobban érezzük magunkat a bőrünkben tavasszal. A hosszabb nappalok arra sarkallnak, hogy még többet legyünk barátokkal, megszerezzük az álommunkát, vagy csak többet szórakozunk. Ehhez viszont elengedhetetlen megteremteni a test és lélek egyensúlyát, amit legkönnyebben tavasszal tudunk. Már egy pár napos méregtelenítés is felébreszti a testet, mert a télen felgyülemlett mérgek eltávoznak a szervezetünkéből. Megfelelő odafigyeléssel akár egy léböjtkúra is szóba jöhet! Ezzel felkészülhetünk a napsütéses hónapokra, ráadásul a kúrát követően a bevitt vitaminok is jobban felszívódnak majd. Nagyon fontos, hogy elegendő béta-karotint, szelént, folsavat, B2, E, és C-vitamint juttassunk a szervezetünkbe.

Ha trükkök kellene ahhoz, hogy még jobban érezzük magunkat, feltételezhetjük, hogy most még nem érezzük magunkat jól. Vagy elég jól. De kinek mi a jó és az elég jó? Ezt a szöveg már nem definiálja. Egy másik mondatban azt feltételezik, hogy találkozunk barátainkkal, jelenlegi munkánk nem az álommunka és bár járunk szórakozni, de télen nem szórakozunk eleget.

A tekintélyelv megjelenésével három esetben találkozhatunk: a már említett szűrővizsgálat, egy wellness-központ és egy konyhai eszközöket árusító bolt, a Kookta esetében. Nézzük most a Kookta példáját, ahol csak annyit tudunk, a nyilatkozó az üzlet egyik létrehozója, de nem tudjuk pontosan, ki is ő, mégis elhisszük neki, amit mond:

Szenvedélyes hobbiszakácként sok külföldi újság megfordult a kezemben. Mindegyikben találok olyan termékkel, amelyikbe első látásra beleszerettem. Az volt az elképzelésem, hogy legyen egy bolt, ahol ezek a gyönyörű eszközök kedvező áron megvásárolhatók – így született meg a Kookta. A kínálatba színes, vidám, jó minőségű és praktikus termékeket válogattam össze, többek közt olyan ismert márkákból, mint a JosephJoseph, Kitchenaid, Bodum, RostiMepal, iSi, Microplane, Imperia, Wilton, Emile Henry, Le creuset, Scanpan. Célom, hogy a választékot folyamatosan bővítsem, a vevői igényeknek és a piacon folyamatosan megjelenő új termékeknek megfelelően. Szeretném, ha a Kooktában mindenki megtalálná azt, amit keres, és termékeinkkel hasonló örömet szerezne magának, barátainak, családtagjainak, mint amelyet nekünk okoznak nap mint nap. Bármilyen problémával fordulnak hozzánk, igyekszünk minden vevői igényt, kérést úgy kielégíteni, mintha a sajátunk lenne” – nyilatkozta az üzlet egyik létrehozója, aki maga is a konyhaművészet imádója. A termékek webshopban is megrendelhetők.

A harmadik leggyakoribb megjelenési forma az *irreleváns érvelés* volt, három megjelenéssel. Az Árkádban lévő Levi's bolt így érvel amellett, hogy az ő termékeiket válasszuk:

*A Levi's 2013-as tavaszi/nyári kollekciójának a tökéletes kivitelezés, az innováció, és a környezet iránti elkötelezettség a legfőbb jellemzője. Az újrahasznosított alapanyagokból és új, befejező- és festéktechnikák alkalmazásával igyekszik a Levi's az erőforrások minél hatékonyabb kihasználásával olyan termékeket előállítani, amelyekkel csökkentheti a földünket érő káros, negatív hatásokat. Az új kollekciót India csodálatos tájai és kultúrája ihlette. Az ott hallott történetek, az ősi kézműves technikák és a spirituális kultúra mind hatással voltak a tavaszi/nyári kollekció élénk színeire és mintáira.*

Bizonyára minden potenciális vásárló örömmel olvassa, hogy a gyár környezettudatos, újrahasznosított anyagokból dolgozik, de nem ezért lesz szükségünk a termékeikre.

Az *irreleváns érvelés* másik példája a MOM Parkban található GW-bolt hirdetése (ez egyébként példa a hamis preszuppozícióra is: a GW nem kizárólag a fiatalokra gondol – ez magában hordozza azt az implikációt, hogy a többi bolt igen):

*Április 11-től az Alkotás szinten, új helyszínen várja vásárlóit a House of Gerry Weber. A legújabb tavasz-nyári kampányfotók a forró sivatag hangulatát idézik. A lezser vonalú, elegáns topok, blézerek és nadrágok meghatározója a zebra- és a leopárdminta, amely óriási virágokkal egészül ki, míg a hagyományos szafari árnyalatokat a korall és a türkiz élénkíti. A Gerry Weber nem kizárólag a fiatalokra, hanem a közép, sőt az idősebb korosztályra is gondol, mind stílusában, mind méretválasztékában. A német minőséget képviselő GW Európa egyik vezető divat- és életmód márkája, amely világviszonylatban is jelentős. Nagyszabású sport és kulturális rendezvények helyszíne a Halle városában található Gerry Weber Stadion, ahol minden évben megrendezik a Gerry Weber Open tenisztornát.*

Jelen esetben az, hogy hol rendezik meg a tenisztornát, bár igaz, de a termék megvásárlásának szempontjából *irreleváns*.

Az elemzett mintában két példát találtam az *ad populumra*, ahol másokra hivatkozva próbálnak meg befolyásolni minket abban, hogy melyik terméket válasszuk. Példának nézzük a Mashni reklámját:

*Új magyar divatmárka mutatkozik be március 21-től április végéig a MOM Parkban. A Mashni három fiatal tervezőnő vállalkozása, amelyben a hangsúly a kiváló minőségre, az eleganciára és a kombinálhatóságra esik. „Mi a masni? Egy kis szalag, szépen megkötve. És a Mashni? Egy kis csapat barátsággal összekötve” – hangzik az alapítók személyes hitvallása. A Mashni első, Black & White kollekciója letisztult formavilágú ingekből áll, amelyek minden nő gardróbjának szilárd alappilléreit jelenthetik. Emellett megérkeztek a tavaszi kollekció legújabb, színpompás darabjai: a szezon slágerét jelentő ingruhák, leggings-ek és pólók, a japán cseresznyefa virágait idéző árnyalatokban. A pop-up üzlet a Fórum szinten, az Alexandra Könyvtárház mellett található.*

Arra hivatkozva, hogy minden nő gardróbjának alappillérei a Black&White kollekció darabja, vegyük meg mi is! A többi megvalósulási formával (félelemkeltés, homályosság, álságos beállítás és hamis ok-okozati viszony) egy-egy alkalommal találkozhatunk a mintában.

## A stílus

A stílus tudatos vagy ösztönös választás a rendelkezésre álló nyelvi jegyek közül. A beszélőnek bizonyos határokon belül mindig módja van választani a nyelvi jegyek közül. Az, hogy milyen nyelvi jegyeket választunk, meghatározzák a stílus meggyőző erejét, vagyis azt, hogy az üzenet mennyire lesz hiteles, erőteljes vagy éppen bizonytalan, esetleg gyenge. Választásunk mindig attól függ, milyen befogadóra számítunk (ZENTAI I.–TÓTH O. 1999).

A reklámnál, mint minden stratégiai diskurzusnál tudatosan választunk a lexikonból, a szintaktikai szabályok közül és dönthetünk a norma követése vagy megsértése mellett. Ahogy azt SANDELL, R. (1977) kimutatta (idézi ÁRVAY A. 2008, p. 37), a reklámok szignifikánsan több melléknevet és túlzó kifejezést (hiperbola) alkalmaznak. Általában rövidebb szavakból állnak és gyakrabban élnek a kihagyás (ellipszis) használatával.

Ha a reklám nyelvének stílusa választékos, elegáns, akkor ez azt a képzetet kelti, hogy válogatott közönséghez szól, nem mindenkire, így a befogadóban is megfogalmazódik az igény, hogy ehhez a különleges, válogatott közönséghez tartozzon, amit azzal érhet el, hogy megszerzi a terméket, megvásárolja a szolgáltatást.

Az elemzett korpusz stílusáról is elmondhatjuk ugyanezt: azokban a reklámokban, amelyek a hibás érvelés stratégiáján belül a különlegesség élményét ígérik, gyakran találkozunk túlzó kifejezésekkel (*abszolút újdonság, fantasztikus, kifinomult, elragadó, prémium*). A „különleges” és a „fantasztikus” kifejezések 4–4 alkalommal szerepelnek a vizsgálati anyagban, volt olyan hirdetés, amelyen belül kétszer is. A megszokottnál több melléknevet is hasz-

nálnak (például a Triumph bemutatja „a Little Black Dress kollekciót, amelyben kifinomult díszítésekkel és puha csipkéekkel díszített, fénylő szaténból és sejtelmes tüllökből készült elragadó modelleket”).

Amint azt ÁRVAY megállapítja, bizonyos stílusesszközök (metafora, ismétlés, alliteráció, hiperbola stb.) szintén manipulációs eszközök lehetnek, mert használatukkal a figyelem elterelődhet a tartalomról és a centrális helyett a perifériális út felé terelheti a befogadást (ÁRVAY A. 2008). Az, hogy az egyes stílusesszközök a meggyőzés vagy a manipuláció eszköztárába tartoznak-e, csak a teljes szöveg vizsgálatával válik láthatóvá.

## Összegzés

A tanulmány első részének célja az volt, hogy elméleti szinten megkísérelje különválasztani a befolyásolás két fajtáját, a meggyőzést és a manipulációt. A definíciók alapján a prototipikus manipulációról elmondhatjuk, hogy legfontosabb jegy a manipulációs szándék megléte. Ez feltételezi, hogy a közlő eltitkol, illetve elrejt valamit a befogadó elől. Ugyanakkor a befogadó nem tudja bizonyítani, hogy manipuláció áldozata lett, legfeljebb következtet rá.

Megállapítottuk, hogy a reklámok a manipuláció különleges esetei, hiszen a befogadó várja, sőt, elvárja, hogy manipulálni próbálják. A reklámokat manipulációnak tekinthetjük, mert a sikeres manipuláció következtében megvalósuló cselekvés (vásárlás) a manipulátornak kedvez, és a manipulátor általában rejtett, a befogadóban nem tudatosuló eszközöket használ, elsősorban az érzelmeire hat.

A második részben a reklámokban megjelenő manipulációt célzó stratégiák közül a hibás érvelés a leggyakoribb és ezt a legkönnyebb tetten érni. Mégis, pontosan amiatt, hogy ezen stratégia leggyakoribb megjelenési formája az, amikor különlegességet ígér – és így a befogadó egy exkluzív csoport tagjának érezheti magát, amelyhez a termék megvásárlásával tartozni fog, – nem centrális úton, odafigyelve, hanem sokszor a tartalomról a stílusra helyezve a figyelmet, perifériális úton dolgozza fel a reklám üzenetét.

A hibás érvelés stratégiája és ennek nyelvhasználati kifejezőeszközei azért is vizsgálatra érdemesek, mert az egyéb, nem reklámcélú befolyásolással és manipulációval ellentétben itt a manipulációs szándékot a befogadó eleve feltételezi, csupán magát a megvalósulást, a közlő eszközeit nem tudja minden esetben tetten érni az átlag nyelvhasználó. Ez a tanulmány természetesen a kérdéskör nagyon kis szeletét tudta csak vizsgálni, egy teljesebb képhez még

rengeteg szempontot lehet és kell majd figyelembe venni. A reklámok vizsgálata rávilágíthat arra is, hogy a manipulatív stratégiáknak milyen sajátosságaik vannak, gyakorlati szempontból pedig hasznos lehet egy tudatos, kritikus reklámfogyasztói magatartás kialakításában.

#### IRODALOM

- ACZÉL P. 2012 Médiaretorika. – Magyar Mercurius, Budapest, 158 p.
- ANTAL Zs.–GAZSÓ T.–KUBINYI T. 2005. Médiabefolyásolási technikák kislexikona. – Századvég Kiadó, Budapest, 232 p.
- ÁRVAY A. 2007. Manipulatív érvelés írott reklámokban. (online) <http://www.nytud.hu/alknyelvdoc07/proceedings07/Arvay.pdf>
- ÁRVAY A. 2008. A manipuláció és a meggyőzés pragmatikája a magyar reklámszövegekben. – Általános Nyelvészeti Tanulmányok 20. Akadémiai Kiadó, Budapest, 326 p.
- BAŃCZEROWSKI J. 1997. A nyelvi közlés rejtett pragmatikai információiról. – Magyar Nyelvőr 121. 49–61.
- BÁRTHÁZI E. é.n. Manipuláció, valamint manipulációra alkalmas nyelvhasználati eszközök a sajtóreklámokban. (online) <http://www.c3.hu/~magyarnyelv/08-4/barthazi.pdf>
- BRETON, Ph. 2000. A manipulált beszéd. – Helikon Kiadó, Budapest, 210 p.
- CHILTON, P. 2002. Manipulation. – In: VERSCHUEREN, J. *et al.* eds.: Handbook of Pragmatics. John Benjamins, Amsterdam–Philadelphia, 1–16.
- CONNORS, R.J.–CORBETT, E.P.J. 1999. Classical Rethoric. Oxford University Press (online) [http://faculty.washington.edu/junxu/ENGL\\_281B/documents/Corbett-Connors.pdf](http://faculty.washington.edu/junxu/ENGL_281B/documents/Corbett-Connors.pdf)
- DYER, G. 2008. A reklám nyelve. – In: SÍKLAKI I. szerk.: Szóbeli befolyásolás II. Nyelv és szituáció. Typotex, Budapest, 324 p.
- HARRÉ, R. 1988. Meggyőzés és manipulálás. – In: PLÉH Cs.–SÍKLAKI I.–TERESTYÉNI T. szerk.: Nyelv, kommunikáció, cselekvés II. Tankönyvkiadó, Budapest, 290–308.
- HAUSER, G.A. 2002. Introduction to rhetorical theory. – Waveland Press, Long Grove IL, 209 p.
- HOWARD, D.–KERIN, R.A. 1994. Question effects on generation and the mediation of attitude change. – Psychological Reports 7. 209–210.
- KEY, W.B. 1972. Subliminal seduction. – New American Library, New York, 206 p.
- LOFTUS, E. 1979. Eyewitness testimony. – Harvard University Press, Cambridge MA, 272 p.
- MARGITAY T. 2004. Az érvelés mestersége. – Typotex, Budapest, 328 p.
- MILLER, G.R. 1980. On being persuaded: some basic directions. – In: MILLER, G.R.–ROLOFF, M. eds.: Persuasion: new directions in theory and research. Sage Publications, Beverly Hills, CA 311 p.
- PARRET, H. 1994. Indirection, manipulation and seduction in discourse. – In: PARRET, H. ed.: Pretending to communicate, De Gruyter, Berlin, 223–238.
- ROWELL, E.Z. 1932. Prolegomena to argumentation. – Quarterly Journal of Speech 18. 1–13.
- SANDELL, R. 1977. Linguistic style and persuasion. – London Academic Press, London, 329 p.
- SÁNDOR I. 1997. A marketing-kommunikáció kézikönyve. – BKE, Budapest, 312 p.
- SAS I. 2008. A „visszabeszélőgépet”, avagy az üzenet Te vagy! (online). [http://www.mediakutato.hu/cikk/2008\\_03\\_osz/02\\_visszabeszeloget\\_uzenet](http://www.mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/02_visszabeszeloget_uzenet)

## Vidék, vidékpolitika Magyarországon

ROMÁNY PÁL<sup>1</sup>–OLÁH IZABELLA<sup>2</sup>–KIS MÁTÉ<sup>3</sup>

### Countryside, rural policy in Hungary

The backwardness of the countryside is not a new phenomenon. Even at the beginning of the 20<sup>th</sup> century many people emphasized that the gap between urban and rural areas is more and more increasing. It should be underlined that the fate of the countryside is the fate of the country as well, because the connection between city and village is well known and cannot be separated from each other. The strength of the countryside and the strength of the country come from the industrious work, value creation and enthusiasm of the inhabitants. Thus, the fate of 5 million people who have different living conditions than the townspeople but not inferior, cannot be neglected. In the long term, the development of our country is well established only if we learn from our past, our mistakes and our successes as well. This requires us to reach for the already spoken true findings and we must form them to be tools to achieve our goals.

**Keywords:** countryside, rural policy, territoriality, heritage

### Bevezető

A téma tekintélyes terjedelmű. Értelmezése még nem egyöntetű, napjainkban is formálódik a tudományos munkákban és a gyakorlatban, itthon és külföldön egyaránt. ENYEDI György első nagyobb könyvében írta a következőket: „*A mezőgazdaság területi típusai ... nem jellemezhetők általában, hanem földrajzilag meghatározottak ... A típusok térbeli elrendeződése többnyire zonális jellegű...*” (ENYEDI GY. 1965).

---

<sup>1</sup> Professzor emeritus, Szent István Egyetem, GTK Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő. Az Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola tőrzstagja.

<sup>2</sup> PhD-hallgató, Szent István Egyetem, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, Gödöllő.

<sup>3</sup> PhD hallgató, Szent István Egyetem, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, Gödöllő.

KOSÁRY Domokos kiemeli: „Magyarországon a mostani fordulatot (ti. a rendszerváltást – R.P.) megelőzte egy olyan átmeneti korszak, amikor a felesleges keretek engedtek, bizonyos bajokat orvosolni, bizonyos bajokat rendezni próbáltak, ha a rendszer maga nem is volt javítható” (KOSÁRY D. 1990).

Tovább megy ennél GLATZ Ferenc: „A vidékpolitika ... nemcsak agrárpolitika, ahogy azt sokan, sokáig gondolták... Vagyis a szakpolitikák térségi – vidéki térségi – szintetizálása” (GLATZ F. 2011). A lecke a 21. sz.-ra így fel van adva. Különböző szervezeti keretekben található ez Európa, a világ országaiban. Létezésükre, formálódásukra csupán utalni lehet.

### Enyedi György öröksége

Most ENYEDI Györgyre, az akadémikusra, a hazai regionális kutatás megszervezőjére (a kecskeméti regionális tudományi alközpont létesítésének „társtettesére”), Magyarország és más európai és nem európai országok összehasonlító vizsgálatainak koordinátorára kell gondolnunk. Sok eredményes partnere volt. A kortársai közül sokan úgy gondolják, jó volt Vele dolgozni. Akár „csak” levelezni is. Még Amerikából írt levelei útján is.

Nem győzelmi jelentéseket összegezzünk. Azt is, de a sikernek mindig ára van. És előzménye, s persze következménye is. Így látta ezt ENYEDI professzor is. Falvaink sorsa c. munkájában írja: „1960 és 1974 között a falvakból véglegesen elköltözők száma meghaladta a 3 millió főt” (ENYEDI Gy. 1980). És feltárja, bemutatja a következményt, ill. a követelményt: a falut az urbanizált településhálózat részének kell értelmezni. Kiemeli ezért: „Falvaink sorsa 5 millió magyar sorsa ... életkörülményeiben a városoktól különbözik, de nem alsóbbrendű!” A figyelmeztetés ma sem fölösleges.

Külön téma lehetne, miként lett a vidék, főleg a „vidéki” jelzős szerkezet valamiféle elmarasztalás, jobb esetben a „nem egyenrangúság” szinonimája a hazai köznyelvben? Történelmi „örökség” lenne ez is? Akár mint bizonyos foglalkozások megnevezése? A cseléd, a béres stb. Azaz: kiszolgáltatottságot, „keletiességet” hordozó?

ERDEI Ferenc már 1936-ban felfedezte: „Olyan fogalom, amelyet a magyar „paraszt” szó takar, erre nyugat felé nem használatos ... Nemcsak a fogalom, de ugyanaz a társadalmi szerep és minőség hiányzik. A földművesség itt mesterség, amelyet éppúgy tanítják, mint akár a gépkezelést.” (Idézi PÉTER László a Forrás 9. évfolyamában [1977 február] megjelent ismertetőjében.)

Két emberöltő eltelt. Háborúk, politikai rendszerek követik egymást, de – számunkra – a hátrány, a különbség tovább élne? A „vidéki ember” munkája tette pedig lehetővé – s teszi lehetővé a jövőben is (ha nem akarunk importra szorulni) –, hogy minden évben lehessen, azaz: legyen kenyér.

## A vidék öröksége

A vidék öröksége a reáliák körébe tartozik a világ döntő hányadán. Őrizni, gondozni, ha kell: védeni szükséges. Magyarországon is. Kiemelésre érdemes több is a hatalmas örökségből.

1. Az első helyre az emberi tartást, a felkészültséget – többek szerint: a magatartástudományt – kell tudni elhelyezni.

A falusi migráció akkor és ott hozott haladást, amikor és ahol iskolát talált, megélhetésre lelt. És ha talált, akkor már nem vándorolt tovább – csak tanulni, hogy több tudással, lehetőséggel majd visszamehessen. A szállásra, a faluba vagy a táj, a vidék központjába. Szemléletesen, szépen írta ezt le – több elődje után – BOLDIZSÁR Iván 1940-ben. A gazdag parasztok országa c. könyvében így kiált fel: „Dánia egy emberöltővel előbbre van: rajtunk áll, hogy példáját követve utolérhessük.” (BOLDIZSÁR I. 1940). Most már kettő is megvan az az emberöltő... (S alig hallunk ma róla, azaz Dániáról.)

2. A „humán tőke” után a „föld-tőke” – a legtágabb értelemben: az agrártermelés alapja. Politikai (és nem csak politikai) küzdelmek, harcok tétje századok óta. Irodalma: könyvtárnyi. A Debreceni Szemle írta 2003-ban: „Magyarország teljes területének több mint 60%-a az évente megújítható javak előállítását szolgálhatja.” (ROMÁNY P. 2003). Jó számolnunk vele!

Termékeny területű ország vagyunk. A múlt században az Egyesült Államok agrárminiszterei egymást követően ismerkedtek a „második Dániával”. E. Butz miniszter (előzőleg a Yale Egyetem professzora) 1975-ben kezdte (a Szovjetunióból jövet), majd követték a magyarországi látogatásokban utódai is. Az 1 tonna/ha körüli búzatermést produkáló ország 1965-ben belépett a 2 tonnások közé, 1971-ben a 3, 1977-ben a 4; majd 1984-ben – először az ország történetében – 5,4 tonna/ha búzát takarítottunk be! Az ún. agrárindex értéke az Alföld átlagában az 1970–1988 közötti éveket tekintve 170 volt, s az első helyezett Komárom megye esetében elérte a 235-öt! (Bizonyára mezőgazdaságunk teljesítményének elismerése is szerepet játszott abban, hogy az USA 1976-ban visszaadta Szent István koronáját Magyarországnak.)

3. A két háború között élt Czettler Jenő műegyetemi professzor a vidéki Magyarország állapotát Kongóéhoz hasonlította. A vidék közvagyonának tehát folyamatosan gyarapodnia kell, ha haladásra törekszik egy ország (1. táblázat).

1. táblázat. A vidéki életkörülmények látványos javulásának néhány mutatója

A falusi lakások ellátottsága	1949	1990
	%	
vezetékes vízzel	1,1	71,1
fürdőszobával	2,0	69,0
vízöblítéses WC-vel	1,8	58,6

Forrás: KSH statisztikai évkönyvek, Budapest.

Az országrészek, tájak közötti különbség – az örökség! – kiáltóan nagy volt. Sopronban emeletes „cselédházak” álltak, az Alföldön közös konyhás, földes padlójú bérestelepek. A mezőgazdasági lakosság országos

aránya 50%-os örökségről indult, a mobilitást éles fordulatok kísérték a jelenlegi – a fenti érték egytizedére zsugorodott – 5%-os állapotig. A földes szobákból indult nemzedék közben még két nagyhatalmi „vetélkedést” is elviselt, „részlet vett” új és újabb államhatárok megünneplésében, majd „elfelejtésében”.

Sok időnek kellett (?) eltelnie ahhoz, hogy a vidék egyenrangúsága, a falu kitörése bekövetkezzék. Nem szavakban, valóságban. S ugyanakkor: sajátos értékei megőrizhetőkké váljanak. Az 1970-es évek végére vált lehetővé – jogszabályban is előírva – az agrártörténeti értékek állami védelme, a régi szövetkezeti tradíciók értékelése. Ismertté vált, hogy például az egykori Hangya szövetkezetek 1264 elnöke között 404 lelkész volt a 20. sz. elején... Így tehát a múlt sem egyformán fekete vagy fehér, miként a jelen sem. Az arányok persze eltérőek lehetnek.

### A vidék térbelisége

Minden országnak – ha haladni akar – tanulnia kell a múltjából. Saját hibáiból és saját sikereiből is. Itt és most csak utalások tehetők arra, hogy Magyarország milyen utat járt be, s hol tart most a vidékpolitikában, az országépítésben. (Valójában az utóbbiról van szó!)

Ha Magyarország vidékeiről beszélünk, akkor az országról beszélünk. A 21. sz.-ban kétségtelenül. Igaz, már a 19. sz.-ban is elmondhatta ezt Darányi Ignác, amikor nagy fejlesztési akcióit elindította. Sőt, azok is elmondhatták – s elmondhatják –, akik a határokon túli, országok közötti fejlesztések fontosságát, lehetőségeiknek a kihasználását szorgalmazzák.

Az ország vidékei nem önmagukkal határosak. (Még akkor sem, ha lehetnek, akik így gondolják.) Nekünk most hét szomszédunk van közvetlen határaink mentén, s többször annyi kisebb-nagyobb távolságban. Nem szabad elfeledni: a vidékek (a tájegységek) folytatódnak, a kijelölt határok mentén, azokon túl, vagy azok ellenére is. Ez a következőket is jelenti.

1. Nem képezheti akadályát a 21. sz.-ban, hogy kölcsönös együttműködés jöjjön létre a szomszédos tájak-vidékek szervezetei között, tartozzanak bár más nemzeti-állami igazgatás keretébe. Ennek feltételei – nyelvi, nemzeti hovatarozás nélkül – megteremthetők, megteremtendők mindenhol.

2. A kölcsönös előnyök mindenhol kialakíthatók, hiszen 19 megyénkből mindössze 5-nek (!) nincs közvetlen külföldi szomszédja. Nem nehéz megérteni, hogy a szervezeti, családi, gazdasági, közlekedési stb. kapcsolatok, tradíciók ma is léteznek. Ha akadályok nehezítik érvényesítésüket – annál inkább.

3. Az agrárgazdaságban elkerülhetetlen a határokon túli kapcsolatok fenntartása, ápolása. Nem csak a vadállomány mozgása, az állategészségügy állapota nem igényel útlevelet, de a tranzitforgalom, a természeti, a vízügyi témák sora is működő kapcsolati rendszert parancsol. Mindezt a hozzáértés, s a kölcsönös együttműködés teremtheti meg a vidékek és országok között.

4. Ideje eltekinteni attól is, hogy egy-egy új létesítmény, ipari beruházás „milyen messze van a határtól”. Elmúlt az az idő, amikor különféle biztonsági minősítést jelenthetett, hogy például az ország ipari munkás létszámának 50%-a, ill. annál nagyobb része Budapesten koncentrálódott. A történeti földrajz alakulásával, tanításaival természetesen számolni kell, de a 21. sz. lehetőségeit ismerve, ahol szükséges, alkalmazni kell parancsolatait, tanításait is.

5. Végül – és ismét: tanuljunk történelmünkéből, elődeinktől. Itt és most KOSÁRY Domokostól: „Magyarországot – és a kelet-közép európai zónát általában – nem annyira valamiféle elmaradottság jellemezte, mint inkább a nagyobb távolság és feszültség egyrészt az itt is felbukkanó korszerű modern törekvések, másrészt a masszív, hagyományos, visszahúzó erők között”. Továbbá: „nem kellene ... elfelejteni, hogy amikor a császári-királyi és a fejedelmi seregek egymás ellen hosszú, ádáz harcot vívtak, majd a szatmári békeszerződés aláírása elkövetkezett, két magyar főrend írta azt alá: Károlyi Sándor gróf és Pálffy János gróf” (KOSÁRY D. 1990). Igen, egymásnak ígérték békét.

Valóban nem kellene, nem volna szabad ezt elfelejteni. Legalábbis Magyarországon, 2013-ban sem. Miként azt sem, ahogyan ENYEDI professzor 1989-ben fogalmazott a Politikai Főiskolán egy falukonferencián: „... a falu és a város összefüggése közismert. Szeretném ... a kölcsönös összefüggést aláhúzni ... A falusi településeknek is megvan a maga funkciója ... ezek is értéket jelentenek.” Nem is kicsit.

Abban is megállapodhatunk, hogy a vidékfejlesztés alatt falusi (rurális) térségek fejlesztését értik sokan – ami gyakorlatilag a vidéki területek fejlesztését jelenti –, így már meglátásunk szerint könnyen illeszthető a területi tudományok rendszerébe, természetesen az egységes, a szakma által elfogadott és használt fogalomrendszer kialakítása után. Ezzel a helymeghatározással a jövőben a helyére kerülhetne a vidékfejlesztés a területfejlesztésnek egy típusa, illetve sajátos területként.

A vidékfejlesztés és a területfejlesztés közötti kapcsolatot azért nem szerencsés egy mellérendelt kapcsolattal jellemezni, mert a vidék problémáit nem lehet elszakítani az adott területi egység (régió, megye) fejlesztési kérdéseitől. A tervezés és a megvalósítás során már csak a szinergia hatások okán is célszerű ezt figyelembe venni, „egyéb” szabályozási kérdések hatásairól nem is beszélve. Ezeken túlmenően azt is fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy egy terület fontosságát nem feltétlenül az határozza meg, hogy az a rendszeren belül hol helyezkedik el, hanem sokkal inkább az, hogy mennyi szereplőt érint, mint ahogy az emberi tudó egy fontos szerv, de nem létezhet egyéb szervek nélkül és azok sem nélküle. Meglátásunk szerint tehát speciális területfejlesztői feladatról beszélünk, a vidéki területek fejlesztéséről.

Azt sem szabad elfelejtenünk, hogy ha teljesen lecsupasztjuk a kérdést, akkor fenntartható módon a társadalmi és egyéni szükségletek és igények minél magasabb színvonalon történő kielégítését szeretnénk biztosítani. Amely

csak úgy valósulhat meg hatékonyan, ha a rendszerben való gondolkodást és a feladatok pontos lehatárolását, meghatározó építő köveinek tekintjük, így a rendszerszerű fejlesztés egy „jótékony spirált” formáz, amelyben optimális esetben, minden pozitívan befolyásol minden mást (TÓTH T. *et al.* 2009).

## Összefoglaló

A vidék elmaradottsága nem újszerű jelenség. Már a 20. sz. elején sokan felhívták rá a figyelmet, miszerint a város és a vidék között meghúzódó különbségek egyre élesebben kirajzolódnak. Hangsúlyozni kell hogy a vidék sorsa az ország sorsa, hiszen a falu és város összefüggése közismert, egymástól nem elkülöníthető. A vidék és az ország ereje az ott élők szorgos munkájából, tenni akarásából és értékteremtéséből is ered, nem elhanyagolható tehát annak az 5 millió embernek a sorsa, akiknek életkörülménye bár különbözik a városiakétól, de nem alsóbbrendű. Hazánk fejlődése csak úgy maradhat hosszútávon megalapozott, ha tanulunk a múltunkból, hibáinkból és sikereinkből egyaránt. Ehhez vissza kell nyúlnunk a már előttünk kimondott igaz megállapításokhoz, és céljaink elérésének eszközeivé kell tennünk azokat.

## IRODALOM

- BOLDIZSÁR I. 1940. A gazdag parasztok országa. – Franklin, Budapest.
- BOLDIZSÁR I. 1989. A lebegők. – Magvető Kiadó, Budapest, 731 p.
- Buday-Sántha A. 2001. Agrárpolitika – vidékpolitika. – Dialóg-Campus Kiadó, Pécs.
- ENYEDI GY. 1965. A föld mezőgazdasága. Agrárföldrajzi tanulmány. – Mezőgazdasági Kiadó, Budapest
- ENYEDI GY. 1970. Farmok és farmerek. Az amerikai mezőgazdaság. – Mezőgazdasági Kiadó, Budapest
- ENYEDI GY. 1980. falvaink sorsa. – Magvető Kiadó, Budapest, 172 p.
- ENYEDI GY. 1982. Az urbanizációs ciklus. – Akadémiai Kiadó, Budapest.
- ENYEDI GY. 1989. A falu a településformáló folyamatokban. – In: Bethlendi L. szerk.: A magyar falu jövője. Kossuth Kiadó, Budapest.
- ERDEI Ferenc publikálatlan írásai, levelei (Péter László ismertetőjével). – Forrás 9. 1977 február, Kecskemét, 21. p.
- GLATZ F. 2011. Agrárátalakulás és regionális fejlődés. – Pécs, 224 p.
- KOSÁRY D. 1990. Magyarok Európában III. – Budapest, 116 p.
- Magyarország mezőgazdasága 1945–2004. – KSH Mezőgazdasági és környezeti statisztikai főosztály, Budapest, 45 p.
- ROMÁNY P. 2003. A vidék öröksége. – Debreceni Szemle 11. 3.
- TÓTH T.–PUPOS T.–GÖRÖG M. 2009. Terület- és projekttervezés. – Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 190 p.

## **A kedvező ökológiai állapot és az integrált gazdaságfejlesztés megvalósításának lehetséges irányai az Ipoly völgyében**

RUZSINNÉ TILESCH JUDIT<sup>1</sup>–G. TÓTH LÁSZLÓ<sup>2</sup>

### **Possible ways of achieving the favourable ecological status and the integrated economic development of Ipoly Valley**

Nógrád country has a unique natural environment and great development potential. However, the use of several natural resources and ecosystem services are occasional and disorganized recently. The most valuable natural resource of the area is Ipoly ('Ipel' in Slovakia) river and its valley. During the historical times, the valley was exploited wisely and gently; the population lived in harmony with the nature. The usual trades were fisheries, water milling and reed harvesting, mining and the relative prosperity of the region was better exploited than it is nowadays. By the cutting of the meanders and the straightening of the main bed of Ipoly river, natural conditions injured seriously and the river became a simple flood discharge channel. Between 1920 and 1938, and the since 1947 the Ipoly river marks the Slovakian-Hungarian state border. A joint planning of the landscape and sustainable development measures of the Ipoly valley can get a new boost after the two countries' accession to the EU. The aim of our study was to provide an overview of the natural and social development of the region and an outline of a new development strategy.

**Keywords:** Ipoly river, catchment, usual trades, border river, water strategy, Water Framework Directive

### **Bevezetés**

Nógrád megye különleges természeti adottságokkal rendelkezik, amelynek kihasználása, és az itt élők javára fordítása még várat magára. Az Ipoly völgye különleges természeti szépségei révén nagy turisztikai vonzerő lehetne. A folyó mégis inkább csak díszlete a tájnak, és szinte semmilyen kapcsolatban nincs

---

<sup>1</sup> MTA Ökológiai Kutatóközpont, Balatoni Limnológiai Intézet, Tihany. Petőfi Sándor Általános Iskola, Érsekvadkert

<sup>2</sup> Egyetemi tanár, Szent István Egyetem GTK, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő. Igazgató, MTA Ökológiai Kutatóközpont, Balatoni Limnológiai Intézet, Tihany. Az Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola tőrzstagja.

az itt élőkkel, amíg ki nem lép a medréből és meg nem érinti a házak lábát. Mindezek gyökere alapvetően az elmúlt évszázadok azon szemléletmódjában rejlik, hogy a természet annyit ér, amennyi közvetlen hasznot éppen hoz. Az eddigi gazdaságtörténeti és természetföldrajzi tanulmányok egyértelműen mutatják, hogy amint elvesztette egy természeti entitás (pl. az Ipoly, a Tisza, vagy a Balaton vízi világa) közvetlen használati értékét a halászat, a vízimolnárság, a nádatartás, vagy az öntözés szempontjából, mert ezen a használati formák elvesztették rentabilitásukat, azok magukra hagyva degradálódtak, torz irányban módosultak. Ezért csak a gazdasági és társadalmi változások történelmi léptékű tanulmányozása és céljaink konkrét megfogalmazása alapján lehetséges egy-egy értékes természeti régió legmegfelelőbb fejlesztési stratégiájának kidolgozása.

A társadalom, különösen a fiatalabb korosztályok viszonya a természethez az elmúlt három évtizedben megváltozott. A 20. sz. második felének campingező fiataljai ma már éltes családfenntartók, gyermekeik pedig még inkább örömet keresnek a vizes élőhelyek, a folyók, a tavak sportcélú használatában. A hagyományos fürdőélet és sporthorgászat mellett népszerűek a társas vízi túrák, a terepkerékpározás, az extrém sportok, és az amatőr madarászat, a természetfotózás. A kibontakozó új értékrend a természeti erőforrások felhasználása területén a fenntarthatóságot igyekszik szem előtt tartani, azaz, hogy a jövő generációi is élvezhessék az ökoszisztéma szolgáltatásokat. Nógrád, és az Ipoly-völgy prosperitása a magyarság Kárpát-medencei története során több, jól elkülönülő történelmi periódusban mutatott hol felvirágzó, hol hanyatló időszakot. Tanulmányunkban a régió pozitív jövőképeinek stratégiai megtervezéséhez igyekszünk segítséget nyújtani elsősorban a múltbeli viszonyok, események és következmények analitikus bemutatásával.

### **Az Ipoly kialakulása, jellemzői**

Az Ipoly a Duna hazai területen betorkolló legnagyobb bal parti mellékvíze. A szlovákiai Vepor hegységben ered 1058 m tszf-i magasságban, és Szobnál ömlik a Dunába (102 m a tszf.). Alsó fele közel 100 km hosszon (1920–1938 között, majd 1947-től) államhatár. A folyó vízgyűjtőterülete 5108 km<sup>2</sup>, amelyből 1430 km<sup>2</sup> tartozik hazánkhoz.

A folyó hosszú és összetett változáson ment keresztül, amíg kialakította jelenlegi medrét. A felső völgyszakasz kora 5 millió, az alsó 1,5 millió éves lehet (VERRASZTÓ Z. 2010). Kialakulása során többször változtatta medrét és folyásirányát (MIKE K. 1969). Az Ipoly ma is látható völgyrendszere a földtörténet pleisztocén (1,7 millió és 10 ezer év közötti) időszakának elején alakult ki a Duna megjelenésének és gyors bevágódásának következtében. Az egymástól eltérő mértékben emelkedő völgy részek kisebb, folyóvízi üledékkal feltöltött medencék kialakulását vonták maguk után. Az éghajlat, a növényzet és a tek-

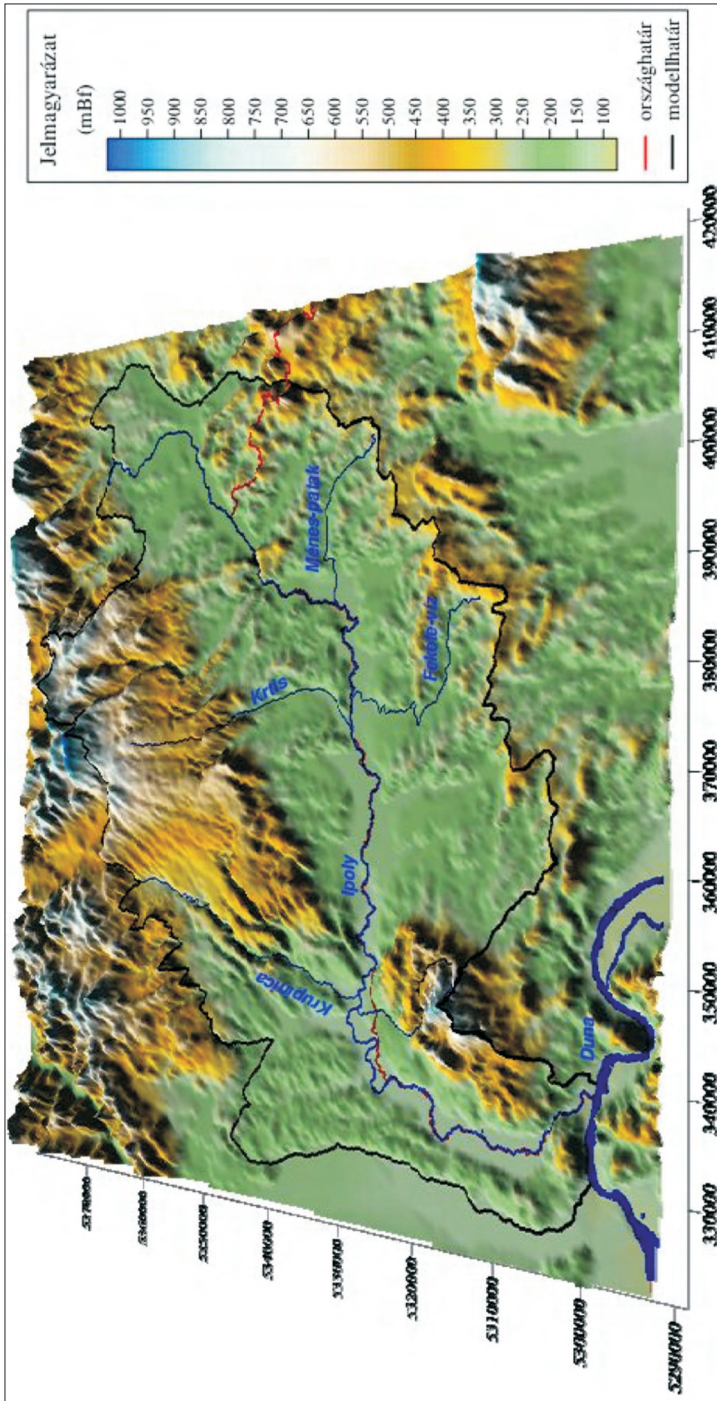
tonikai mozgások összetett hatásának következtében alakult ki az a többszintes teraszrendszer, amely a terület az egyik jellegzetessége (VERRASZTÓ Z. 2010).

A folyó forrásvidéke az Északnyugati-Kárpátokhoz tartozik. Az Osztroszki- és a Vepor hegycsoport része az Ipoly hegy (1058 m), amelynek lábánál ered az Ipoly. A Vepor hegység D-i irányú völgyéből kiérve a folyó enyhén DNy-i irányba fordul és még mindig szlovák területen éri el a Nógrádi medencét. Az Osztroszki-hegység lábánál rövid szakaszon újra D felé fordul, mielőtt az Ipoly-völgyben jellegzetes K–Ny-i folyásirányát felveszi. A Börzsönyt É-ról és Ny-ról kerülve éri el (1. ábra).

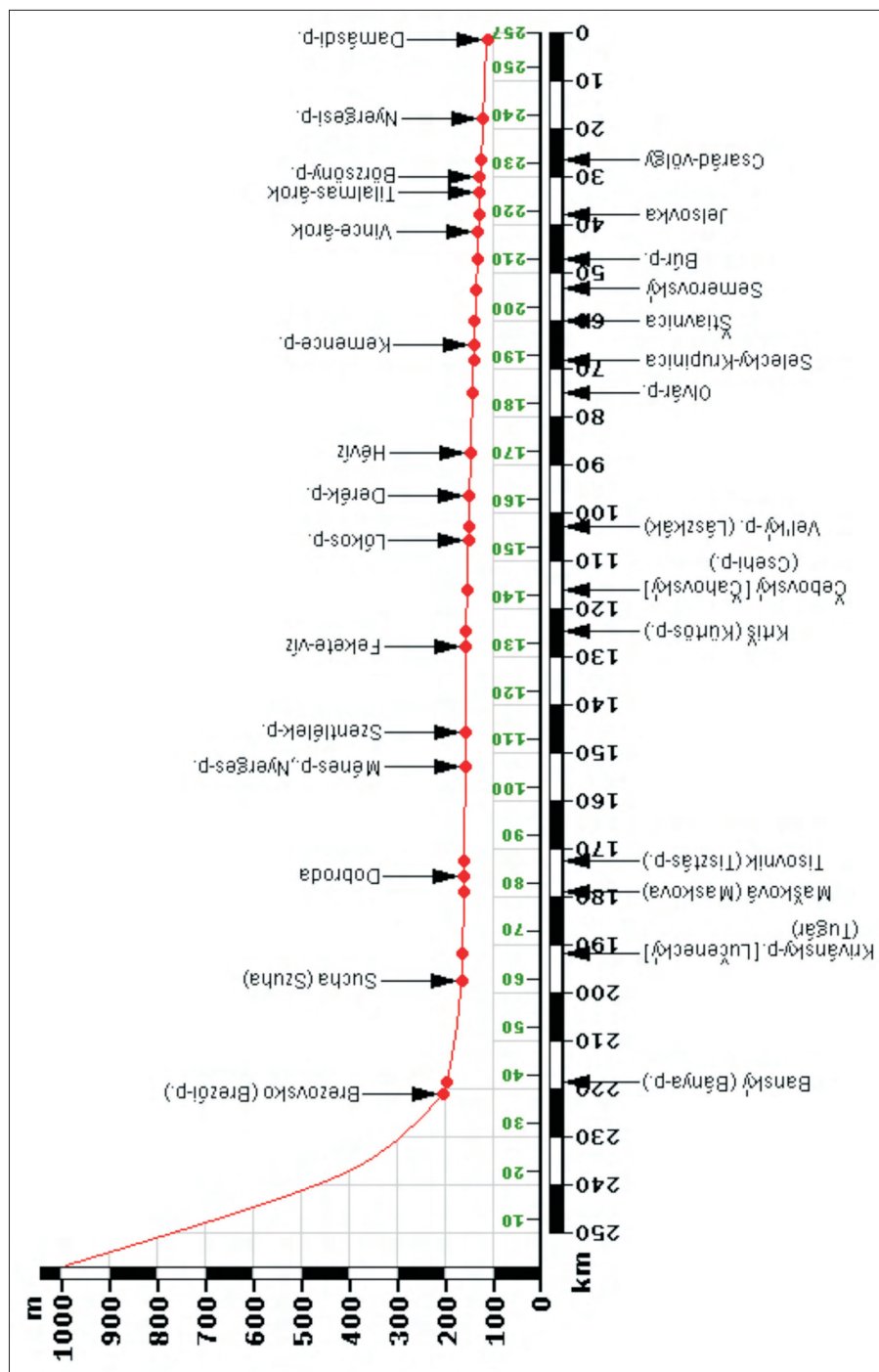
Az Ipoly vízgyűjtő területének legmagasabb pontja Magyarországon a Börzsönyben található (Csóványos, 938 m). A vízgyűjtő terület Ny-i és É-i domborzatai a torkolattól a Helembai-hegység, a Selmeci-hegység, az Osztroszki-hegység és a Vepor hegység. A K-i és D-i részen a Börzsöny, a Cserhát, a Karancs-Medves területe tartozik a vízgyűjtőhöz. A folyót mindkét oldaláról középhegységi vidék fogja közre, amely változatos felépítésű. Az Ipoly hullámterere lényegében eróziós küszöbök által elválasztott medencék sokaságából áll. A folyó fővölgye széles, lapos és kis esésű, meanderező lefolyását folyóteraszok, hordaléklépcsők kísérik. Mindezen jellemzők alapján az Ipoly által elfoglalt és a hozzá szervesen kapcsolódó terület elhelyezkedését, adottságait és helyzetét tekintve sajátos terület. Annak ellenére, hogy zárványszerű, felszínalaktani szempontból jól körülhatárolható, eléggé kiterjedt vízgyűjtőterülete révén mégis szervesen kapcsolódik a tágabb környezetéhez (VKKI-KDVKVIG, 2010).

Az Ipoly rendkívül szélsőséges vízjárású folyó. A legkisebb és a legnagyobb vízállás között 10-szeres eltérést, a vízhozamban pedig 500-szoros változást is észleltek. Ipolytölgyesnél 2004-ben mért minimális vízhozam 0,77 m<sup>3</sup>/sec, 2010-ben mért maximális vízhozam 398 m<sup>3</sup>/sec (VKKI-KDVKVIG, 2010). Mellékvizei hozamai még ennél is szélsőségesebbek, e vizek aszályos időszakokban teljesen ki is apadhatnak. A völgy esése kiegyenlítettnek mondható, az első 1/5 részen 23 m/km, a megmaradt szakasz egyik felében 1,6 m/km, a következő felében 0,3 m/km a folyó esése (MIKE K. 1969) (2. ábra)).

Az Ipolyhoz földtani, domborzati és vízrajzi adottságai folytán mindig hozzátartoztak az áradások, kiöntések. Mivel az Ipoly és mellékvizei rövidek, a vízgyűjtő egy részén kialakuló jelentős csapadék gyors árhullámot indíthat el a folyón. Ha a csapadékos időszak a teljes vízgyűjtőt érinti, az árhullámok a Középső-Ipoly-völgybe egyszerre megérkezve összegződnek (VERRASZTÓ Z. 2010). A folyón három árvíz levonulására lehet számítani évente. A hirtelen felmelegedés okozta hóolvadás a felvidéki hegyekben órák alatt a patakok áradását okozza, amely a Középső-Ipoly-völgyben összetorlódva árhullámot (jeges ár) indít a folyón (PAPANÉK L. 2012). A második jelentős áradást a tavaszi, kora nyári csapadékos időszak okozza (zöldár). A harmadik áradás is a mérsékelt éghajlatra jellemző őszi csapadékos időjárás következtében alakulhat ki (PAPANÉK L. 2012).



1. ábra. Az Ipoly-völgy vízgyűjtője modellterület domborzatának perspektivikus ábrázolása. *Forrás:* <http://www.all-in.sk/en/wat/documents/Modeling/Figures/Figures.pdf>.



2. ábra. Az Ipoly eségörbéje. Forrás: MúKE, K. 1969, digitalizálta Csóri M.

A folyó áradásai az emberi beavatkozások előtt a mainál eltérőbb lefolyásúak és jellegűek voltak. A vízgyűjtő terület a jelenleginél erdősültebb volt, ami főleg a hegyvidéki területeken lassította a vizek lefolyását. A középső és alsó szakaszon az árteret km-nyi kiterjedésben és méteres magasságban borította víz (HEGYI Z. *et al.* 2007). Ezek az időszakosan víz borította területek jól láthatóak a II. katonai felmérés térképein is (Aufnahmskarte des Königreiches Ungarn...). A vizek a mainál lassabban vonultak le, és mélyebb helyeken a következő áradásig is megmaradtak. Különleges élővilág alakult ki ezeken a vizes élőhelyeken, aminek jó példája a mára már kiszáradás fenyegette ipoly-szögi Éger-láp.

A terület geomorfológiai sokszínűsége változatos élővilág kialakulását tette lehetővé. A mozaikos elrendeződésű növénytársulások és ezeket a területeket benépesítő állatvilág egyedülálló értékűvé teszik a térséget. Kételtű és hullófajokban különösen gazdagnak mondható az Ipoly völgye (HEGYI Z. *et al.* 2007). A madarak a folyóvölgyet „zöld országútként” használva népesítik be a területet. A folyó meanderező járása következtében kialakuló holtágak, morotvák, a rendszeres áradásoktól táplált lápok, mocsarak, ártéri erdők, vizes rétek vadban és halakban gazdaggá tették a területet (NAGY I. 2004).

A folyó menti települések többségének első írásos emléke a 13. sz.-ból való (Magosfa Alapítvány 2011; WOLLENT É. szerk. 2008), de a megelőző korokból római, nagy-morvaországi, szláv, kora középkori leletek bizonyítják az emberi megtelepedését (MÁRTON L. 1988). A táj geomorfológiai sokszínűsége az aprófalvas településszerkezetnek kedvezett, egy-egy előnyösebb helyzetű központ kialakulásával. Az ispánsági, vármegyei székhelyek, járási központok az éppen aktuális politikai erőviszonyok szerint változtak. Az Ipoly és vízgyűjtő területe Hont és Nógrád vármegyékhez tartozott a 20. sz. közepéig

### **Az Ipolyt érő jelentősebb antropogén hatások**

Az Ipoly és árterének sajátosságai évszázadokon át meghatározták a terület természeti arculatát és a népesség megélhetését. A vízzel borított területek átlagos szélessége 1,0–1,2 km, a vízborítás magassága 0,8–1,2 m volt árvizek idején (HEGYI Z. *et al.* 2007). A kora tavaszi és nyári árvizek termékeny iszappal terítették be a kiöntési területeket, aminek következtében a „fehér füvet” (árvalányhaját) évente kétszer is lehetett kaszálni (VIT L. 1992a). A terület alkalmas volt nád, gyékény, fűzvesző termelésére, gyümölcsfák nevelésére, legeltetésre, szénagyűjtésre és legfőképpen halászatra.

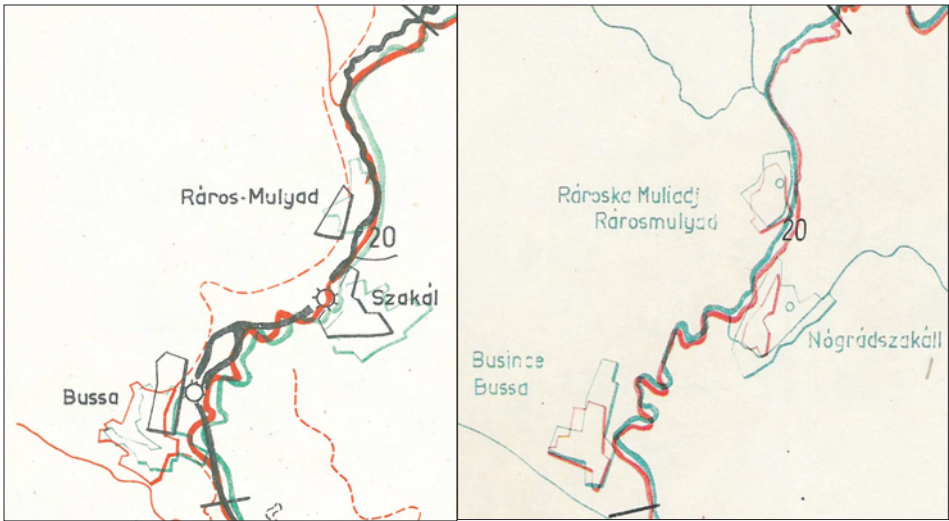
Az első jelentős antropogén hatást a technikai fejlődés során a folyón és mellékvízein egyre nagyobb számban épülő vízimalmok jelentették. Főként őrlésre és fűrészelésre használták őket, de a vas és érclőhelyek környékén a feldolgozásban, aprításban is szerepet kaphattak. Míg az ártéri gazdálkodás a

folyóval való együttélést, dinamikus változásának természetszerű használatát jelentette, a vízimalmok érzékelhető és ártalmas beavatkozást jelentettek a természetes viszonyokba. Az ipolyi malmok számára rőzsegátás vagy kőszórásos fenékduzzasztással emelték meg a vízszintet, hogy a kerekek minél több vízhez jussanak (Magosfa Alapítvány, 2011). Ez az eljárás azonban a duzzasztott oldalon a meder feliszapolódásához, elmocsarasodásához vezetett. Ennek következtében lassult az árvizek levonulása, és az ártéren sok helyen mocsári erdők és átérti berkek jöttek létre. A hordalék lerakódása és a meder feltöltődése sok helyen fokozódott (MIKE K. 1991). A 19. sz.-ban 17 malom működött az Ipolyon, szinte minden település rendelkezett eggyel (volt olyan, amelyik többel is). A molnárok ellenérdekeltek voltak mindennemű mederszabályozásban, sőt időről-időre meg is akadályozták azt (MIKE K. 1991). Változást az Ipoly határfolyóvá válása hozott 1947-től, mert a szigorúan őrzött határsáv miatt a malmokat, hidakat el kellett bontani, ami viszont kedvezett a természetes állapotok visszarendeződésének.

MIKE Károly térképek összehasonlításával vizsgálta az Ipoly magyarországi szakaszának 1782 és 1961 közötti mederváltozásait és megállapította, hogy a kisebb esésű folyószakaszokon a folyó visszaduzzasztása jelentős mederalakító hatást gyakorolt (MIKE K. 1991). A Bussa (Bušince) és Szakál (Nógrádszakál) közötti folyószakaszon (3. ábra) az 1782-ben készített I. katonai felmérés (fekete) medervonalához képest az 1842–53-as II. katonai felmérés (piros) és a 1869–84-es III. katonai felmérés (zöld) nyomán a medervonal megváltozott, és a folyó középszakasz jelleggel kanyarogni kezdett, valamint a hossza is nőtt. Ebben a bussai rőzsegátás malomnak volt kiemelkedő szerepe, amely csökkentette a folyó esését, és elősegítette a meder feltöltődését. A malom megszűnése után a meder vándorlása is megszűnt, a kanyarulatok szinte változatlanul maradtak meg a 20. sz. első feléig (MIKE K. 1991). A 3. ábra jobb oldali részén a Magyar Királyi Állami Térképészeti Intézet 1923-ban (piros) és 1943-ban (zöld) készített medervonal helyesbítése látható. A térképek helyesbítésére az elavult és németes névírású helyneveket tartalmazó térképek pontosítása (1923), később az ábrázolás technika fejlődése miatt (1943) került sor (KARSAY F. 1999).

A 19. sz. közepén BESZÉDES József készítette el a torkolattól Viskig, valamint Gyerkőtől Kóvárig tartó folyószakasz rendezési tervét (4a,b. ábra), amely az első központi szabályozási terv volt az Ipoly folyóra. A tervben elsősorban az árvizek fő okozójának tartott malomgáták megszüntetése szerepelt, és külön malomcsatornák kiépítése a malmok számára. Szerepelt még a tervben javaslat néhány kanyarulat levágására, átmetszésére Ipolyszakállosnál, Ipolypásztónál és Ipolytölgyesnél. Ez utóbbi művelet gyakorlatilag e terv szerint elkészült, de sikertelen kísérletként tartják számon (VIT L. 1992a).

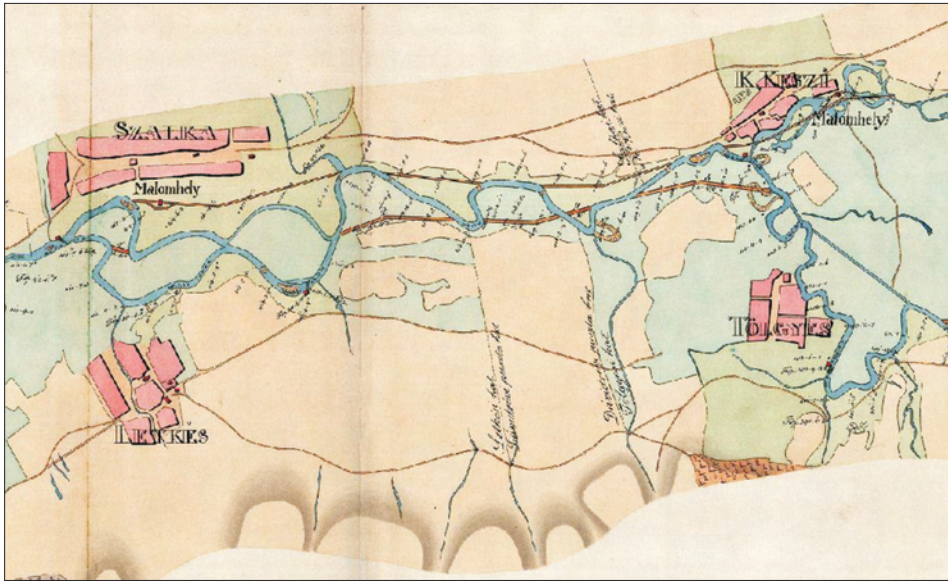
A 4b. ábrán látható folyórészleten nem csak a mérnöki tervezés kiváló, hanem magának az Ipolynak a 170 évvel ezelőtti medervonala. Sajnos, ebből a



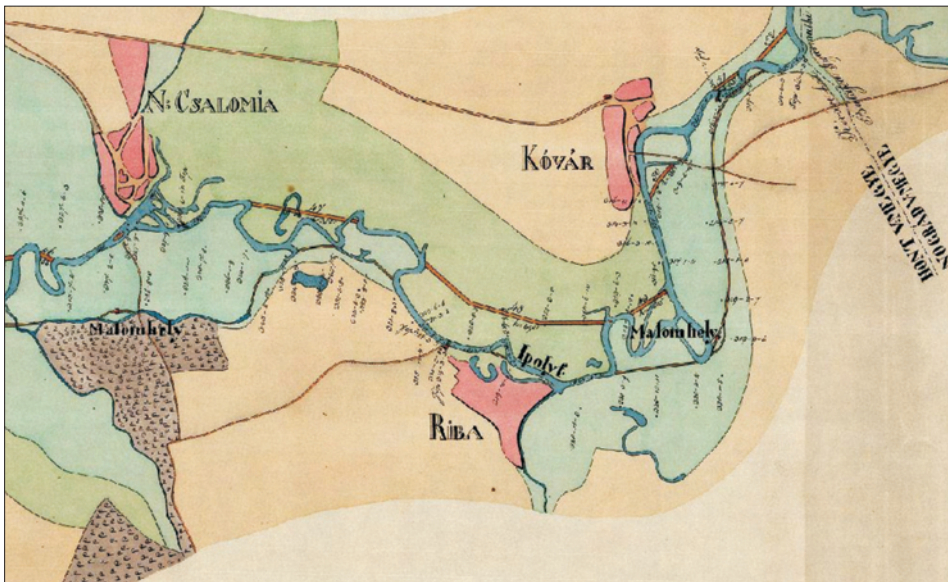
3. ábra. Az Ipoly mederváltozása a Rárósmulyad (Muľa)–Bussa (Bušince) szakaszon 1782–1884 között (balra), valamint a 20. sz. első felében (jobbra). Forrás: MIKE K. 1967.

mesebeli tájból mmára már semmi sem látható, ehhez képest a folyó valóban már csak egy „természetellenes csatorna”, ahogy VIT László keserűen megjegyzi (VIT L. 1992b). Ráadásul ennek a szakasznak nem a 18. sz.-ban, hanem csak az 1960-as évek végén alakították ki a jelenlegi alakját.

Csehszlovákia és Magyarország 1954-ben írta alá az első közös rendezési megállapodást és 1961-ben megkezdődött a közös tervezés. Verina Hulinová mérnök asszony volt a tanulmánytervet készítő munkacsoport vezetője, ezért magyar szakmai körökben Hulinova-tervként emlegetik azt az 1975-ben elkészült általános fejlesztési tervet, amit 1978-ban a két ország a szabályozások alapelveként fogadott el (PAPANÉK L. 2012). Az alig 50 éve történt eseményeket jelentősebb mértékben szövi át a politikai akarat és nemzeti öntudat, mint a tényeken és józan belátáson alapuló, következményeket mérlegelő szakmaiság, Ugyanis a két országban az 1970-es évek elejére a nagyüzemi mezőgazdaság fejlesztése a folyó jelentős szabályozását, ármentesítését és öntözővíz biztosítását igényelte. A korábbi korszakokkal szemben a természetes viszonyok fenntartása elvesztette jelentőségét. A magánbirtokosság megszűnésével eltűnt a birtokosi érdekérvényesítés, és háttérbe szorultak a gazdaságossági, megtérülési szempontok is. Csehszlovákiában az Ipoly völgyét éghajlati és talajadottságai miatt értékes kukoricatermő vidékké kívánták fejleszteni, és e cél érdekében tervezték meg a folyó szabályozását víztározók, völgygátak és öntözőművek létesítésével (VIT L. 1992b).



4a. ábra. Az Ipoly folyószakasz szabályozási terve Szob és Visk (Hont m.) között (részlet)



4b. ábra. Az Ipoly Hont megyei szakaszának szabályozási terve Gyerk és Kóvár (Hont m.) között (részlet). Forrás: Magyar Országos Levéltár Térképtára, <http://mol.arcanum.hu/>

Az 1970-es években az Ipoly szinte teljes szakaszának szabályozása (duzzasztókkal és a folyó felső szakaszán vízzáró gátakkal) elhibázott döntés volt (RUZSINNÉ TILESCH J. 2013). A vízfolyások ökológiai állapotának minősítésének (1. táblázat) egyik eleme a halfauna (EU 2000/60/EK), ezért különösen fontos a megfelelő élőhelyek természetes állapotának biztosítása.

1. táblázat. Az ökológiai állapotot meghatározó elemcsoportok

Biológiai	Hidromorfológiai	Fizikai-kémiai
minőségi elemek		
Fitoplankton Makrofiták és fitobentosz	Hidrológiai rezsim A folyó folytonossága	Általános viszonyok Specifikus szintetikus szennyezőanyagok
Bentikus/fenéklakó gerinctelen fauna A halfauna	Morfológiai viszonyok –	Specifikus nem szintetikus szennyezőanyagok –

Forrás: EU 2000/60/EK, V. melléklet 1.2.1. alapján saját szerkesztés

A fenti mederszabályozás egyértelműen kedvezőtlenül hatott az Ipoly halállományára. A folyókanyarulatok átvágásával ugyanis a meder rövidebbé vált, a mederesés és a vízáramlás sebessége megnőtt, ami az eróziós folyamatok fokozódását és a meder jelentős mélyülését vonta maga után. A hidro-geomorfológiai folyamatok változása a kis- és középvízszintek süllyedését eredményezik, amivel együtt jár az ártéri akvatikus élőhelyek fokozatos kiszáradása. A folyamat további következménye a folyóból a mellékvízfolyások felé történő átjárhatóság csökkenése a kisvízes időszakban. Mindezek miatt hosszú távon összességében csökken a folyóvízi rendszer élőhelyeinek szerkezeti sokfélesége, ami a biodiverzitás csökkenéséhez vezet (GUTI G.–POTYÓ I. 2010).

A gátak közé szorított folyó esetén korlátozott az ártéri elöntés, ami kedvezőtlenül hat az Ipoly ökológiai rendszerének működőképességére. Az árterek vizes élőhelyein ívó halfajokat kedvezőtlenül érinti a folyóvölgyre kiterjedő elöntések gyakoriságának és tartósságának csökkenése, mivel szűkül a szaporodási és táplálkozási lehetőség. Mindez kihat a főmederben élő ragadozó halfajokra is, hiszen korlátozódik a táplálékforrásuk az elárasztott ártéren termelődő utánpótlás csökkenésével (GUTI G.–POTYÓ I. 2010). A ragadozó halfajok arányának csökkenésére az Ipoly Balassagyarmat alatti szakaszán már húsz évvel ezelőtt végzett tereptapasztalatok is bizonyítékot szolgáltak (BOTTA I. 1993 in GUTI G.–POTYÓ I. 2010).

További súlyos probléma, hogy a duzzasztóművek és vízlépcsők akadályozzák a halak vándorlását, így csökken a folyami halak élőhely kihasználtsága. Különösen azokat az áramlást kedvelő (*rheofil*) halfajokat érinti ez érzékenyen, amelyek élettere a nagyobb vízfolyástól a kisebb mellékvízfolyásokig terjed és a pillanatnyi vízállástól és vízhozamtól is függően vándorolnak. A

terep tapasztalatok a duzzasztóművek építését követően ilyen halfajok megirtkulását az Ipoly teljes magyarországi szakaszán igazolták (BOTTA I. 1993 in GUTI G.–POTYÓ I. 2010).

## A Víz Keretirányelv jelentősége

„A víz nem szokásos kereskedelmi termék, hanem örökség, amit annak megfelelően óvni, védeni és kezelni kell” (EU 2000/60/EK (1)). Az Európai Parlament és a Tanács 2000. október 23-án adta ki a vízpolitika terén a közösségi fellépés kereteinek meghatározásáról szóló 2000/60/EK irányelvet (Víz Keretirányelv). Az 1988-ban kezdődő irányelv-alkotási folyamatot az a felismerés vezette, hogy szükség van az ökológiai minőséget lefedő közösségi joganyagra és cselekvésre a felszín alatti vizek hosszú távú minőségi és mennyiségi leromlásának elkerüléséhez. Megállapították, hogy a Közösség vizei egyre nagyobb terhelésnek vannak kitéve, és minden felhasználási területen folyamatosan növekszik az igény a kielégítő mennyiségű, jó minőségű víz iránt. Mindezek alapján célul tűzték ki egy integrált közösségi vízpolitika kialakítását (EU 2000/60/EK (2)-(9)).

A Víz Keretirányelv egy olyan sajátos törvény, ami konkrét célokat és feladatokat fogalmaz meg, és ezek végrehajtásához módszertani előírásokat ad, határidőt tűz ki és jelentéseket vár. Mindezek megszegését a Közösség szankciók kiszabásával bünteti (KERPELY K. *et al.* 2010). A tagállamoktól elvárják a törekvést a jó vízminőségi állapot elérésére a közösségi előírásokat figyelembe vevő, integrált intézkedési programokban megfogalmazott szükséges intézkedések meghatározásával és végrehajtásával (EU 2000/60/EK (26)).

Környezeti célkitűzésében a Keretirányelv jó vízminőségi állapot elérését a hatálybalépését követő 15 éven belülre irányozzák elő (EU 2000/60/EK 4. cikk), tehát 2015-ig. Az irányelv szerint jó ökológiai állapota egy felszíni víztestnek lehet, jó ökológiai potenciálja egy jelentősen (erősen) módosított vagy mesterséges víztestnek lehet az irányelv V. melléklet vonatkozó feltételei szerint osztályozva (EU 2000/60/EK 2. cikk). Indokolt esetben a határidő 2027-ig meghosszabbítható. A vízfolyások ökológiai állapotának minősítése során a biológiai, hidromorfológiai és fizikai-kémiai jellemzőit vizsgálják az irányelvben előírt fogalom meghatározások szerint. (Az egyes csoportokba tartozó minősítési elemek az 1. táblázatban láthatók.)

A Keretirányelv szerves egységként kezeli a vízfolyást, az állóvizet, a felszín alatti víztartó réteget, és az ezekhez tartozó területet, ahonnan a lehullott csapadékvíz a tavak, folyók medrébe jut, vagy ahonnan a felszín alatti vízkészletbe kerül. Nem lehet figyelmen kívül hagyni a vizek jó állapotának elérése érdekében, hogy a vízgyűjtő területen folyó emberi tevékenység alapvetően befolyásolja a vizek állapotát (KERPELY K. *et al.* 2010). Egyik legfonto-

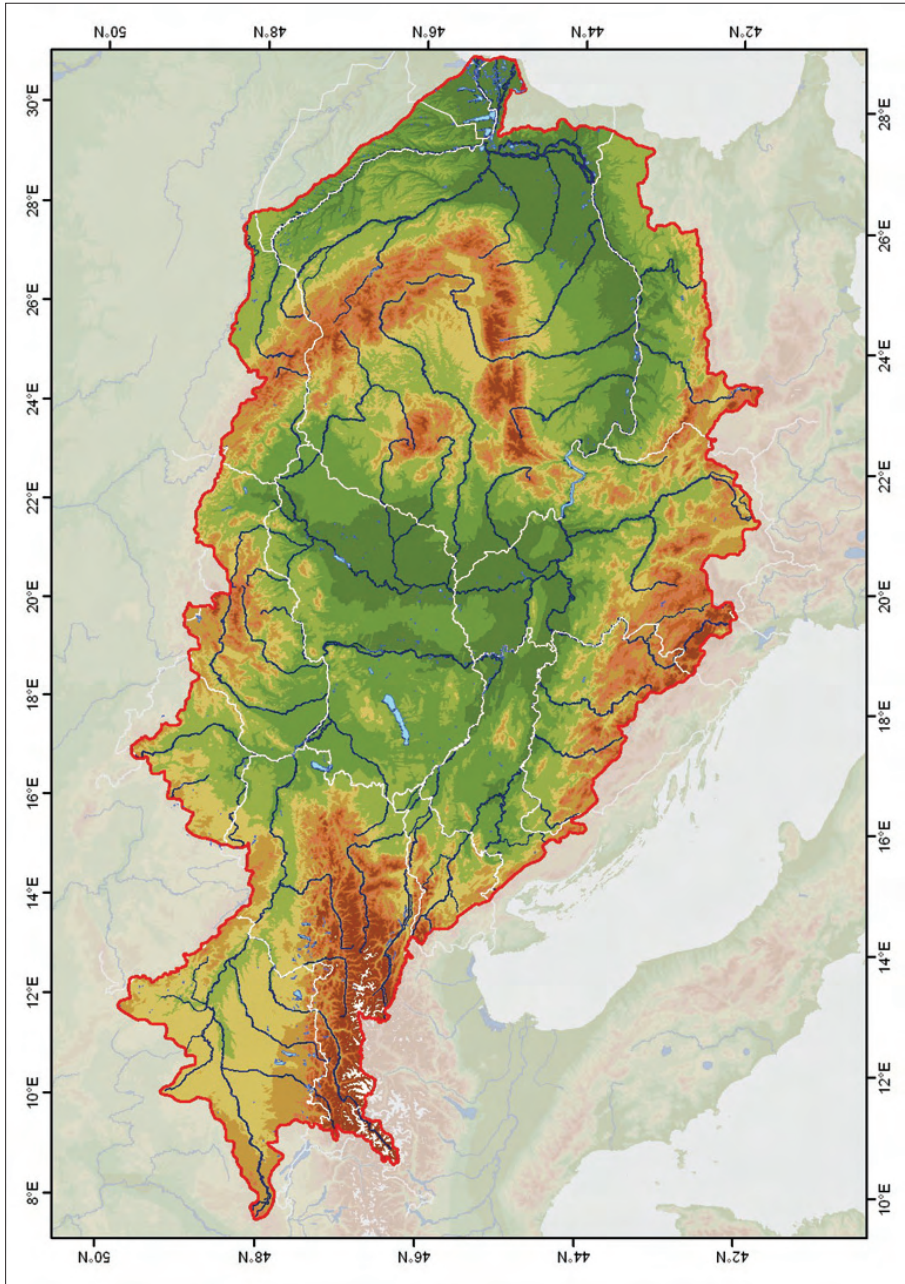
sabb, újszerű elvként jelenik meg annak a felismerése, hogy a víz védelmének és a fenntartható gazdálkodásnak szükségszerű a közösségi politika más, olyan területeibe való további integrálása, mint az energia-, a közlekedés-, a mezőgazdasági, a halászati, a regionális és idegenforgalmi politika. A Víz Keretirányelv jelentheti az alapot a folyamatos párbeszédhez és a fokozottabb politikai integrációra törekvő stratégiák fejlesztéséhez, valamint fontos hozzájárulást jelenthet a tagállamok együttműködésének más területei, többek között az európai területfejlesztési terv (ESDP) számára (EU 2000/60/EK (16)).

A Keretirányelv előírta a tagállamok számára 2009-ig vízgyűjtő-gazdálkodási terv készítését és közzétételét. A 13. cikkben foglaltak szerint, ha egy nemzetközi vízgyűjtőkerület teljesen a Közösség területén belül helyezkedik el, a tagállamok koordinációja mellett egyetlen nemzetközi vízgyűjtő-gazdálkodási tervet szükséges készíteni. Ha ilyen nem készül, legalább a tagország szintjén szükséges azt elkészíteni.

Az Európai Bizottság 2012. november 14-én közreadott, „A Bizottság jelentése az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak a vízpolitikai keretirányelvben (2000/60/EK) előírt vízgyűjtő-gazdálkodási tervek végrehajtásáról” (COM/2012 670 final) című jelentésében értékelte 23 ország 124 vízgyűjtő-gazdálkodási tervét. Többek között megállapították, hogy a Víz Keretirányelv új szemléletmódjához igazított jogi keretek és vízügyi igazgatási struktúrák a tagállamok többségében nem változtak elegendő mértékben. Javasolják az integrált és különböző tudományágakat egyesítő vízgazdálkodás meghonosítását, valamint a határon átnyúló vízgyűjtők esetében közösen koordinált tervezést és intézkedéseket, továbbá az érdekeltek és a különböző hatóságok bevonását (COM/2012 670 final). A Bizottság megállapítja továbbá, hogy a területhasználat-tervezés a mezőgazdaság, a városfejlesztés, a vízenergia, a hajózás és az árvízvédelem jelentős befolyást gyakorolhat a vízkészletre. Éppen ezért a vízgyűjtő-gazdálkodási tervek készítése során páratlan lehetőség kínálkozik ezekkel az ágazatokkal való kapcsolódásra.

A tervek vizsgálata során azonban arra a következtetésre jutottak, hogy nem történt meg a gazdasági tevékenységek fenntartható fejlesztése, az integrált vízgazdálkodás által kihasználható lehetőségek kiaknázása. Ajánlásukban megfogalmazzák, hogy a vízen alapuló gazdasági tevékenységek összehangolt fejlesztését tartják követendőnek a vízgazdálkodási tervezés mentén. Szükségesnek gondolják a gazdálkodók részvételét az intézkedési programok kialakításában és a vidékfejlesztési programokban rejlő lehetőségek kihasználását. Sürgetik a természetes vízmegtartó intézkedések alkalmazásának bővítését, és a vízi környezetre hatással lévő programok, tervek, projektek összehangolását (COM/2012 670 final).

Magyarország a Víz Keretirányelvben foglaltaknak megfelelően 2009-re elkészítette a vízgyűjtő-gazdálkodási tervét (VGT), valamint részt vett a 19 tagállamot érintő, teljes Duna vízgyűjtő kerületre (5. ábra) kidolgozott



5. ábra. A Duna vízgyűjtőjének áttekintő térképe. Forrás: [www.vituki.hu](http://www.vituki.hu)

nemzetközi stratégiában. A munkát a Duna Védelmi Nemzetközi Bizottság (ICPDR) koordinálta az érintett országok együttműködésével (ld. [www.icpdr.org](http://www.icpdr.org)). Szintén az ICPDR koordinációjával készül a Tisza nemzetközi részvízgyűjtő vízgazdálkodási terve a Duna vízgyűjtőkerületen belül. Magyarország Vízgyűjtő-gazdálkodási Terve a Duna vízgyűjtőkerület magyarországi területére készült. A határral osztott vízgyűjtőkkel kapcsolatos egyeztetések hivatalos testületei a Határvízi Bizottságok, amelyek ülésein elhangzott javaslatokat a szakemberek a tervezés során figyelembe vették. A Víz Keretirányelvben előírt társadalmi egyeztetés is több szinten megtörtént a végleges stratégia kialakítása előtt (VKKI, 2010). Az ország teljes területét 4 részvízgyűjtőre (Duna, Tisza, Dráva, Balaton), és 42 tervezési alegységre bontották (ezek egyike az Ipoly, 1–8 jelzéssel). Ezekre a kisebb egységekre is készültek intézkedési tervek, amelyek összhangban állnak az országos intézkedési tervvel, de az adott terület jellegzetességeit, problémáit és feladatait részletesebben tartalmazzák.

Az EU Víz Keretirányelv szerint az Ipoly magyarországi vízgyűjtő területére elkészített VGT az Ipoly folyót (és a Dobroda-patak alsó szakaszát) gyenge, az Ipoly mellékvizei közül négy további vízfolyást mérsékelt, és négy további jó ökológiai állapotúnak minősít, valamint tizennyolcat az adatok hiányossága miatt bizonytalan állapotúnak tart (VKKI-KDVKVIG, 2010). Így az Ipoly vízgyűjtő-gazdálkodási tervének környezeti célkitűzései nyomán megvalósuló intézkedések a szükségesnél később, tehát jóval 2015 után hozhatnak csak eredményt. Ehhez számos hidromorfológiai és természetvédelmi vonatkozású intézkedésre lesz még szükség (VKKI-KDVKVIG, 2010).

### **Az integrált vízgazdálkodás és gazdaságfejlesztés lehetőségei**

Szlovákia és Magyarország csatlakozása az EU-hoz sok lehetőséget hozott a közös probléma megoldásokra. Kisebb eredmények már születtek, de a korábbi folyószabályozások mögötti erős politikai viszonyrendszer még ma is nehezíti a helyreállítás, rehabilitálás folyamatát.

Kedvező elmozdulásként értékelhető számos közös projekt megvalósítása a strukturális alapokból támogatott Európai Területi Együttműködés (ETE) (korábban INTERREG) keretében, a Magyarország–Szlovákia Határon Átnyúló Együttműködési Program (HUSK) támogatásával. Eredményként fontos kiemelni két hallépcső építését az Alsó Ipoly-völgyben. Nagy előrehaladást jelent egy egységes környezeti monitoring hálózat kidolgozása vizes élőhelyek komplex felmérésére, folyamatos figyelésére. Ebben rendszeres próbahalászatok, halbiológiai kutatások és halfaunisztikai vizsgálatok szerepelnek, és máris bizonyítottnak látszik, hogy sok halfaj használja a mesterséges hallépcsők kialakítása által létesített ökológiai folyosókat (PAPANÉK L. 2012). További eredmény a turisztikai fejlesztések közös magyar-szlovák megvalósítása.

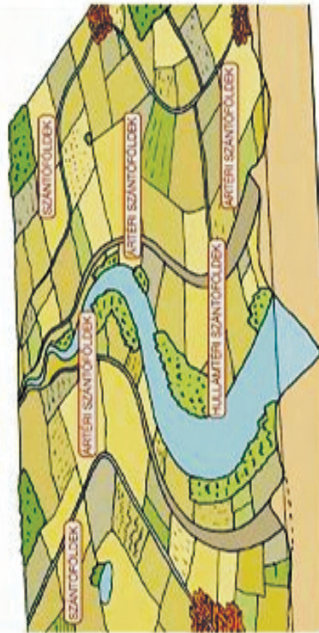
Bár a Víz Keretirányelv erre lehetőséget és ajánlást adott, a megadott határidőig, 2009-ig nem készült közös, szlovák-magyar vízgyűjtő-gazdálkodási terv az Ipolyra. Ezt a hiányosságot pótolja „Az Ipoly közös vízgyűjtő-gazdálkodása (Joint Ipoly Catchment Management, JICM)” című projekt, amely szintén a HUSK keretében nyert támogatást (lásd <http://neki.gov.hu>). A projekt során összevetik a két ország vízgyűjtő-gazdálkodási tervét, összehasonlítják és harmonizálják a tervekben meghatározott intézkedéseket, áttekintik a vízminőségi monitoring, a szennyvízkezelés és ivóvízbázisok védelmének kérdéseit is.

A határon átnyúló területi együttműködések egyik formáját jelentik az *Eurorégiók*. A területen két Eurorégió alakult, az Ipoly Eurorégió (Balassagyarmat-Ipolyság/Sahy központokkal) és a Neogradiens Eurorégió (Salgótarján-Losonc központokkal). Az Alsó-Ipoly-völgyet érinti még az Ister-Granum eurorégió is. Az együttműködés új formája lehet, ha a szervezetek átalakulnának Európai Területi Társulássá (European Grouping for Territorial Cooperation, EGTC). A határon átnyúló gazdaságfejlesztési szervezetek újjaéleszthetik a korábban megszakadt kapcsolatokat a települések között. Mindezek mellett kulturális és természeti értékek megőrzése, bemutatása valósul meg a Novohrad-Nógrád Geoparkban, amely a világ egyik első, országhatárokon átnyúló geoparkja. A terület 2010-ben kapta meg a rangos nemzetközi címet, és vált az UNESCO védnökségével működő Európai és Globális Geopark Hálózat tagjává.

A Víz Keretirányelvben és a Bizottsági jelentésben is megfogalmazott ajánlás a több tudományterületet magába foglaló, integrált vízgazdálkodásra megvalósítható lehet az Ipoly vízgyűjtő területén. A szlovák-magyar együttműködésben (JICM projekt) összehangolt vízgyűjtő-gazdálkodási terv közös kiindulópontja és irányelve lehet a gazdasági és turisztikai fejlesztéseknek, amihez hálószerűen kapcsolódhatnak az interregionális gazdaságfejlesztési intézkedések (RUZSINNÉ TILESCH J. 2013).

Nógrád Megye Területfejlesztési Konceptiója (2014–2020) a térség középtávú fejlesztési gazdasági tervezésében egy hárompólusú, Budapest–Nógrád–Felvidék, hatásrendszerben tartja kívánatosnak a területfejlesztési, különösen a gazdaságfejlesztési koncepció kidolgozását (Nógrád Megye Területfejlesztési Konceptiója, 2012). A terület fejlesztésével foglalkozó másik dokumentumban, a Neogradiens Eurorégió Nógrád Megyei Térségfejlesztési Programjában operatív célként jelenik meg a „természeti értékek hatékony védelme, színvonalas bemutatása és az együttműködés bővítése a környezetvédelmi oktatás és kutatás területén” (Neogradiens Eurorégió Nógrád Megyei Térségfejlesztési Programja, 2002). Kijelentik, hogy az „ökológiai rendszerek, természeti értékek, élőhelyek és a biodiverzitás megőrzését a természetföldrajzilag egységes, de államhatárral kettészelt, területeken csak a két ország közötti egyezményeken keresztül, közös tervezéssel, kezeléssel

**A mai tájhasználat modellje kisvíz idején**



**A mai tájhasználat modellje nagyvíz idején**



**Az ártéri tájgazdálkodás modellje kisvíz idején**



**Az ártéri tájgazdálkodás modellje nagyvíz idején**



6. ábra. A mai és az ártéri tájgazdálkodás összehasonlító modellje. *Forrás: KAJNER P., 2009.*

lehet biztosítani” (Neogradiensis Eurorégió Nógrád Megyei Térségfejlesztési Programja, 2002). A harmadik szervezet a 2011-ben Salgótarján székhellyel alapított Novohrad–Nógrád EGTC célja különösen a Novohrad–Nógrád Geopark tevékenységeinek támogatása, fejlesztése (Novohrad–Nógrád ETT alapszabálya, 2011). A legerősebb hatású, legnagyobb területet lefedő szervezetek tehát nyitottak a nemzetközi, interregionális szemléletre.

A vízgyűjtő-gazdálkodási terv és a gazdaságfejlesztési koncepciók érintkezési területe lehetne a Tiszai Integrált Tájfejlesztési Program (ILD) szerint megvalósított tájhasználati váltás (RUZSINNÉ TILESCH J. 2013). Az ILD egy olyan integrált tájfejlesztési és tájgazdálkodási megközelítés, amely történelmi ismereteken és a modern tudomány eredményein alapszik. Célul tűzik ki a táj eredendő, természetes adottságainak kihasználásával megvalósított, társadalmi igényeket kielégítő tevékenységeket. Ennek érdekében szükségesnek tartják a gátak közül kiengedni a folyó vizét, mert így nagyobb az árvízi biztonság érhető el, és megoldható a csapadékhiány pótlása is. Az így elterített víz ugyan korábban művelés alá vett területeket foglal el, de gazdasági és ökológiai okok miatt az átalakítás szükséges is. Mindezek viszont éppen a fenntarthatóság felé irányítják a tájhasználatot és a mezőgazdasági termelést (BALOGH P. *et al.* 2011). Az így kialakított mozaikos, többcélú és többfunkciójú tájhasználat lehetővé teszi a modern (kertkultúra, gyümölcsös, állattartás, szántóföldi művelés) és a hagyományosabb (halászat, erdőgazdálkodás, kender és nád termesztése és kitermelése, vadászat, méhészet, tutajozás, vízimalmok, háztartási használat) földhasználati módokat is (6. ábra). Mindezek összessége és sokrétősége ugyanakkor jó alapot teremthet a helyi önellátó gazdaság kialakulásához (BALOGH P. *et al.* 2011).

Az ILD szemlélet elsajátításához alapvetően szükséges elfogadni azt a tényt, hogy a folyó áradása nem veszélyt, hanem lehetőséget hordoz. Fontos megérteni a Tisza völgyben lakóknak, hogy a táj nem hordoz felesleges, elvezetendő vizet, inkább az éghajlati adottságok kiegyenlítését jelentik a tájat behálózó vízrendszerek. Éppen ezért a fenntartható tájgazdálkodás olyan stratégia kidolgozását kívánja, ami a táj természetes működésének ismeretére alapozva a természettel és nem annak ellenében gondolkodik. Továbbá alapvetően szükséges megismerni a domborzati sajátosságokat, és azokhoz alakítva kell a vízellátást kialakítani és a tározókat elhelyezni (BALOGH P. *et al.* 2011).

A program által kínált megoldások elősegíthetik az Ipoly vízgyűjtő területét érintő problémák kezelését is. Az erősen módosított természeti táj a természeteshez közelebbi állapotba kerülhetne, miközben nem csak az árvízveszély, de a talajvízháztartás és az ökoszisztéma állapota is kedvezőbben alakulna. A vizes élőhelyek ökoszisztémája, különös tekintettel a nemzetközi védelem alá is eső területeken, megfelelő szakértelem és gondosság mellett közelíthet a természetes állapothoz, ami kedvezően befolyásolja a célul tűzött jó ökológiai állapot elérését (RUZSINNÉ TILESCH J. 2013).

A helyi önellátó gazdálkodás új modelljei, mint fejlesztési cél, megjelenik Nógrád Megye Területfejlesztési Konceptiójában (Nógrád Megye Területfejlesztési Konceptiója, 2012), amihez figyelembe vehetőek a Szövetség az Élő Tiszáért Egyesület (SZÖVET) által bejegyzett Élő Tisza védjegy célkitűzései és eredményei. A SZÖVET-hez hasonló Ipoly menti szervezet fontos kapocs lehetne a vizek ökológiai állapotának javítására és a terület gazdaságfejlesztésére tett erőfeszítésekben. A SZÖVET célul tűzte ki a Tisza vízgyűjtőjén élők megélhetési lehetőségeinek javítása mellett az árvízi és környezeti biztonság növelését, valamint a táj természeti értékeinek védelmét és gazdagítását (KAJNER P. 2009). A természetkímélő gazdálkodás segítséget jelenthet az Ipoly mentén is a megélhetési lehetőségek javításában és az ártéri tájgazdálkodás sokszínűsége tovább gazdagíthatja a terület természeti értékeit, ami viszont további lehetőségek kihasználást nyújthatja a turizmus terén (RUZSINNÉ TILESCH J. 2013).

Fontos még kiemelni a Neogradiensis Eurorégió Nógrád Megyei Területfejlesztés Programjának már említett operatív célkitűzésében a környezetvédelmi oktatás és kutatás területét. Mind a vizek jó ökológiai állapotának elérése, mind a komplex tájgazdálkodási modell megvalósítása több szintű és több rétegű ismeretterjesztést és oktatást igényel. Több szintű, mert a fenntartható tájhasználat igényét, környezettudatos gondolkozást már gyerekkorban el kell kezdeni, az óvodai, iskolai nevelés-oktatás részévé kell tenni. Ugyanakkor a felnőtt lakosság szemléletének a formálására is szükség van, amiben a helyi civil szervezetek is nagy szerepet kaphatnak. Több rétegű a képzést, ismeretterjesztést, mert a környezetvédelmi ismeretek mellett fontos erősíteni a helyi értékek és hagyományok (természeti, kulturális és néprajzi) megismerését a gyermek és felnőtt lakosság körében. Az önellátó helyi gazdálkodásra való igény kialakulásához szükséges a lehetőségek ismerete, ami nem csak a jelenlegi gazdálkodókra, de a legfiatalabb népességre, a gyerekekre is kiterjedhet (RUZSINNÉ TILESCH J. 2013).

## Összefoglalás

Nógrád-megye egyik fő természeti táji értéke az Ipoly folyó és annak völgye. A történelem folyamán az Ipoly-völgy adottságait a népesség körültekintően használta, és a régió relatív fejlettsége előbbre tartott, mint manapság. Az Ipoly szabályozása érdekében tett beavatkozások (a kanyarulatok levágása, a fő mederágy kiegyenesítése) következtében a folyó elvesztette eredeti arculatát és egyszerű árvízelvezető csatornává lett. Azáltal, hogy a folyó 1920 és 1938 között, majd 1947-től ismét határfolyó lett, a régió egységes vízgazdálkodása és fejlesztése sokasodó nehézségekkel küzdött.

A közös szlovák-magyar tájrendezés és a régió fenntartható fejlődésének perspektívája a két ország EU-csatlakozásával új horizonthoz jutott. A

létező törekvések összehangolásával, interregionális szemlélettel és a tiszai jó gyakorlatok adaptálásával kedvező eredmények érhetőek el az Ipoly mentén a vizek jó ökológiai állapotának és ezzel párhuzamosan a terület gazdaságfejlesztésének területén.

## IRODALOM

- A bizottság jelentése az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak a vízpolitikai keretirányelvben (2000/60/EK) előírt vízgyűjtő-gazdálkodási tervek végrehajtásáról. /COM/2012/0670 final/ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0670:FIN:HU:HTML>
- Aufnahmskarte des Königreiches Ungarn. A második katonai felmérés 1763–1785. Georeferált digitális térképek. – Arcanum Adatbázis Kft., Budapest, 2006 (online) <http://www.archivportal.arcanum.hu/kataszter>
- Az Európai Parlament és a Tanács 2000/60/EK irányelve (2000. október 23.) a vízpolitika terén a közösségi fellépés kereteinek meghatározásáról (online). <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0060:hu:html>
- BALOGH P. *et al.* 2011. A földhasználat és vízgazdálkodás hatékonyságának javítására szolgáló integrált tájfejlesztési program (ILD) a Tisza völgyében. – Projekt összefoglaló, 26 p. (online) [http://www.icpdr.org/main/sites/default/files/ILD%20osszefoglalo\\_hu.pdf](http://www.icpdr.org/main/sites/default/files/ILD%20osszefoglalo_hu.pdf)
- BOTTA I. 1993. A tervezett Duna-Ipoly Nemzeti Park fontosabb vizeinek ichthyológiai állapotfelmérése. – MMTE, Budapest, 56 p.
- GUTI G.–PORVÓ I. 2010. Az emberi tevékenység hatása a halfauna alakulására az Ipoly alsó (magyarországi) szakaszán. – Tájékológiai Lapok 8. 3. 591–599.
- HEGYI Z.–SELMECZI K.Á.–TÓTH B. 2007. Az Ipoly-völgy. – In: TARDY J. szerk.: A magyarországi vadvizek világa. Alexandra Kiadó, Pécs, 126–133.
- KAJNER P. 2009. Helyi termelés, helyi fogyasztás, helyi termékek egészségesen! – SZÖVET, 48 p.
- KARSAY F. 1999. Geodézia és kartográfia. – In: KOLLEGA-TARSOLY I. főszerk.: Magyarország a XX. században, IV. Tudomány 1. Műszaki és természettudományok. Babits Kiadó, Szekszárd, 385–404.
- KERPELY K.–MAGYAR E.–PERGER L. szerk. 2010. Tájékoztató Magyarország vízgyűjtő-gazdálkodási tervéről. – Vízügyi és Környezetvédelmi Központi Igazgatóság, Budapest, 56 p.
- Magosfa Alapítvány 2011. Az Alsó-Ipoly mente tájértékei – képes kalauz. 30 p. (online) [http://magosfa.hu/files/kalauz\\_web.pdf](http://magosfa.hu/files/kalauz_web.pdf)
- Magyarország vízgyűjtő-gazdálkodási terve. – Vízügyi és Környezetvédelmi Központi Igazgatóság, Budapest, 2010, 427 p.
- MÁRTON L. 1988. Nógrád vármegye őskora. – In: dr. BOROVSKY S. szerk.: Nógrád vármegye (reprint). Dóvin Művészeti Kft. Budapest, 321–346.
- MIKE K. 1967. Az Ipoly mederváltozásai a XVIII. századtól napjainkig. – Vízgazdálkodási Tudományos Kutató Intézet: Ipoly. Szob–Balassagyarmat közötti szakasz. Budapest, 7/6 sz. melléklet.
- MIKE K. 1969. Az Ipoly-völgy kialakulása. – Földrajzi Értesítő 18. 3. 289–314.
- MIKE K. 1991. Magyarország ősvízrajza és felszíni vizeinek története. – Budapest, Aqua Kiadó, 218–271.

- NAGY I. 2004. Az Ipoly-völgy természeti kincsei. – Balassagyarmati Honismereti Híradó, Balassagyarmat, 40–50.
- Neogradiens Eurorégió. Nógrád Megyei Térségfejlesztési Programja. Összefoglaló kiadvány, – Salgótarján 2002.
- Nógrád Megye Területfejlesztési Konceptiója 2014–2020. – Helyzetfeltáró munkaanyag, Salgótarján, 2012.
- PAPANÉK L. 2012. A vízgazdálkodás és a természetvédelem közös fejlesztési lehetőségei az árvízvédelem területén. – Magyar Hidrológiai Társaság, XXX. Országos Vándorgyűlés, Kaposvár, 16 p.
- RUZSINNÉ TILESCH J. 2013. Az Ipoly ökológiai potenciáljának változása különböző gazdasági és társadalmi feltételek mellett. Diplomadolgozat. – Szent István Egyetem, GTK, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő, 101 p.
- VERRASZTÓ Z. 2010. Térinformatikai alapú egységes környezeti monitoring kialakítása az Ipoly- vízgyűjtő területén. Projektzáró dokumentáció, 222 p. (online) [http://www.cholnokykht.hu/images/stories/Ipoly\\_projekt\\_zarodokumentacio.pdf](http://www.cholnokykht.hu/images/stories/Ipoly_projekt_zarodokumentacio.pdf)
- VIT L. 1992a. Közös (víz)ügyeink. A „hajózható” Ipoly. – Élet és Tudomány 47. 7. 203–206.
- VIT L. 1992b. Közös (víz)ügyeink. Ahol az Ipoly folyik. – Élet és Tudomány 47. 8. 243–245.
- Víz Keretirányelv vízgyűjtő-gazdálkodási terv. 1–8. Ipoly vízgyűjtő alegység. – Vízügyi és Környezetvédelmi Központi Igazgatóság, Közép-Duna-Völgyi Környezetvédelmi és Vízügyi Igazgatóság, Budapest, 232. p.
- WOLLENT É. szerk. 2008. Középső-Ipoly mente természeti és kulturális értékei. – Ipoly-völgye Környezetvédelmi és Kulturális Egyesület, Ipolyság (Sahy), 28 p.

## **A multinacionális üzletláncok telephelyválasztási stratégiája Szlovákiában**

SERES HUSZÁRIK ERIKA<sup>1</sup>

### **The site selection strategy of multinational chains in Slovakia**

Retailing has gone through significant development since the change of regime. Due to a rise in the standard of living, active demand increased, and customer needs diversified. At first, retailers were not able to satisfy these customer needs. However, the above mentioned modified demand urged them to extend their product range. As a result, there was an increase in the number of their stores as well. After the Slovak market had opened up a lot of western investors arrived to the country and the number of shopping centers and hyper- and supermarkets owned by multinational retail companies increased rapidly. Customers quickly adapted to a wider selection offered by the newly arrived businesses and changed their shopping habits accordingly. Daily shopping was replaced by larger-scale weekly shopping, which of course resulted in higher spending per shopping trip. Customers' need for comfort was also increasing gradually, and international chains did their best to satisfy those demands.

**Keywords:** multinational chains, site selection, hypermarket, retail trade

### **Bevezetés**

A rendszerváltást követően a kiskereskedelem gyors fejlődésnek indult. A fizetőképes kereslet növekedésének köszönhetően nőtt a lakosság életszínvonal, a fogyasztók igényei differenciálódtak. Kezdetben a kiskereskedelmi boltok nem tudták kielégíteni a megváltozott vásárlói igényeket. Az átalakult kereslet azonban arra ösztönözte őket, hogy folyamatosan bővítsék választékukat, majd ennek hozományaként üzletszámuk is gyors növekedésnek indult (CHMELÍKOVÁ, L. 2002).

A piaci nyitást követően a hazai szereplők mellett Szlovákiában is megjelentek a nyugati befektetők és gombamód szaporodtak el az ország területén a bevásárlóközpontok, valamint a multinacionális üzletláncok részét

---

<sup>1</sup> PhDr. Selye János Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Komárno. PhD-hallgató, Szent István Egyetem, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, Gödöllő.

képező hiper- és szupermarketek. A hazai fogyasztók gyorsan hozzászótkak az új piaci szereplők által nyújtott kínálathoz és alakították át ennek megfelelően vásárlási szokásaikat. A napi bevásárlásokat fokozatosan felváltották a heti nagybevásárlások, amelynek eredményeként természetesen nőtt az egy vásárlás alkalmával elköltött pénzösszeg nagysága. A fogyasztók kényelmi elvárásai egyre fokozódtak, a nemzetközi üzletláncok pedig igyekeznek ezen igények minél magasabb szinten történő kielégítésére (SÍKOS T.T. 2007).

A tanulmány a kereskedelmi komplexumok terjeszkedési stratégiájával foglalkozik. A pontosság és áttekinthetőség kedvéért az első lépésben áttekintjük a telephely-választást befolyásoló tényezőket. Végül az ún. penetrációs index (PEX) felhasználásával ki tudjuk mutatni, hogy az üzletek száma mennyire közelít, ill. tér el a kívánatos szinthez képest. A PEX azt fejezi ki, hogy a lakosság számuk alapján különböző méretkategóriába tartozó települések hány százalékában van jelen legalább egy kereskedelmi egységgel valamelyik megabolt hálózat (TINER T. 2010).

A munka célja, hogy szemléltesse a Szlovákiában jelenlévő üzletláncokat, azok egymáshoz való viszonyát, ill. bemutassa, hogy mely régiókban hány áruház igyekszik kielégíteni a fogyasztók igényeit.

### **A kiskereskedelmi egységek telephely választásának feltételei**

A kiskereskedelemmel foglalkozó kutatások egyik központi témája az üzlet megfelelő telephelyének kiválasztásához köthető vizsgálatok. A megfelelő telephely kiválasztása nagyon fontos, hiszen egy helytelen döntés negatív hatással van az üzlet sikerére.

A telephely kiválasztásában szerepet játszó tényezők vizsgálatával már a 18–19. sz.-ban is foglalkoztak a kutatók. Ennek a generációnak a legjelentősebb képviselője von THÜNEN, aki 1826-ban már vizsgálta az egyes mezőgazdasági egységek telepítési elveit. Az első kutató, aki meghatározta a telephelyválasztást befolyásoló legfontosabb tényezőket (nyersanyag, munkaerő ára, szállítási költségek) Alfred WEBER (1928) volt. A telephely választási elméletek közül kiemelkedő HOTELLING modellje, ami szerint a telephely kiválasztása során figyelembe kell venni a konkurens vállalatok döntését is (HOTELLING, H. 1929). Az időszak kiemelkedő alakja Walter CHRISTALLER (1933), aki megalkotta a központi helyek elméletét.

A kiskereskedelem átalakulása hatással volt a telephelyelméletek fejlődésére is. A gazdaságföldrajz mindenkori figyelmének fókuszában a termék előállítás és a hozzá kapcsolódó tevékenységek álltak. A terméket azonban nemcsak előállítani kell és eljuttatni a vevőkhöz, hanem – mint ahogy arra APPLEBAUM, W.F. figyelmeztet is – a földrajz feladata, hogy segítse a termékről szóló információk reprezentálását, értékelje a piacot, meghatározza a kereskedelmi egység helyét, kiválassza a megfelelő értékesítési csatornát, a nagy- és

kiskereskedelmi egység telephelyét (BERRY, B.J.L. 1967). Annak ellenére, hogy a kereskedelem a terciér szektor fontos része, a földrajzosok figyelmét sokáig elkerülte a kiskereskedelem földrajzának tanulmányozása, hiszen a kiskereskedelem nem állít elő termékeket.

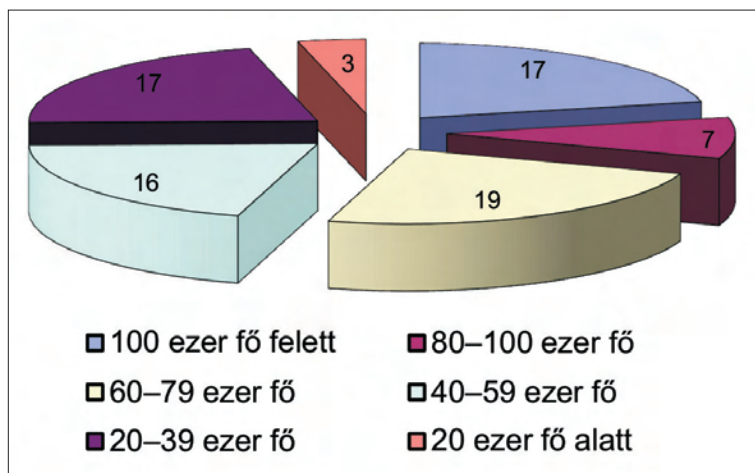
BROWN a telephelyválasztással kapcsolatosan megkülönbözteti egymástól az elméleti és a gyakorlati iskolát. Az gyakorlati megközelítés a 2. világháborút követően kezdett el fejlődni Nagy-Britanniában és az egyes kiskereskedelmi vállalatok telephelyválasztásával összefüggő problémakört vizsgálta. Ezzel szemben az elméleti irányzat képviselői inkább a térszerkezet alakulásával és a kiskereskedelmi rendszerek elemzésével foglalkoztak. A gyakorlati irányzat kutatásai során inkább az induktív, míg az elméleti a deduktív logika mentén halad (BROWN, S. 1992).

A kiskereskedelem földrajzával foglalkozó szakirodalmat három csoportra oszthatjuk. Az első csoportba tartoznak azok a tanulmányok, amelyek a kiskereskedelem fejlődését és struktúráját elemzését Walter CHRISTALLER központi helyek elméletére alapozzák. A másik csoportba azok a szerzők tartoznak, akik fogyasztói oldalról közelítik meg a témakört, elsősorban a fogyasztói magatartással és a fogyasztók percepciójával foglalkoznak. A harmadik csoportba tartozók pedig a kiskereskedelmi egységek tervezésével és telephely választási stratégiájával foglalkoznak.

### **Az üzletláncok telephelyválasztását befolyásoló tényezők**

Mielőtt egy kereskedelmi komplexum telephelyét kiválasztják a befektetők számos befolyásoló tényezőt kell figyelembe venniük. Legfontosabb a természeti-környezeti, valamint a társadalmi-gazdasági tényezők elemzése. A telephelyválasztás pozitív befolyásoló tényezője lehet a megfelelően nagy településméret, kiterjedt vonzáskörzet, a lakosság vásárlóerejének megfelelő szintje, valamint a jó közlekedési elérhetőség. Mindenképpen pozitív befolyásoló tényezőnek kell tekinteni a létesítmény potenciális vonzáskörzetében élő lakosság számát (TINER T. 2010)

Szlovákiában a járások több mint egyötödében haladja meg a népességszám a 100 ezer főt, ezen belül Pozsony és kistérsége esetében a 430 ezer főt. További négy járásban (Nyitrai, Zsolnai, Kassai és Eperjesi járás) több mint 150 ezren élnek. Szlovákia nyugati részében lényegesen többen élnek, mint keleti felében. A gyorsan növekvő népességű nyugati országrészen belül – Pozsony és kerületei mellett – kiemelkedik még a Nagyszombati (129,2 ezer fő), a Dunaszerdahelyi (118,6 ezer fő) és a Nyitrai járás (165 ezer fő) lakosságszámának gyarapodása. A makrorégióban további tekintélyes népességszámú járás is található (Komáromi járás – 106,4 ezer lakos, Galántai járás – 96,5 ezer lakos, Érsekújvári járás – 145,6 ezer lakos, Trencsényi járás – 114 ezer lakos) (1. ábra).



1. ábra. A szlovákiai járások megoszlása lakosságszámuk szerint, 2010. Forrás: Szlovák Köztársaság Statisztikai Hivatala

Figyelembe véve a nyugati régiók lakossági koncentrációját, megállapítható, hogy ez a makrorégió messzemenően alkalmas kereskedelmi nagylétesítmények telepítésére. Kisebb mértékben ugyan, de a keleti országrész járásai is alkalmasak nagy területű kereskedelmi egységek telepítésére, elsősorban a Kassai (233,9 ezer lakos) és az Eperjesi (167,6 ezer lakos) járások területén. A fentiekben említett, megfelelően magas lakónépesség-számmal rendelkező járásokban a lakosság jövedelmi helyzete is kedvezőbb az átlagosnál. E két tényező alapvető szerepet játszik a kereskedelmi nagylétesítmények legmegfelelőbb telephelyének kiválasztásában.

Szlovákián belül a főváros és az ahhoz tartozó agglomeráció, valamint a nyugati járásokban élő lakosok jövedelmi helyzete a legkedvezőbb egész Szlovákiában. A legalacsonyabb jövedelmű régiókban (Közép-Szlovákia, kelet-szlovákiai járások) működik a legkevesebb nagy területű áruház. A keleti járások közül azonban nem sorolható ebbe a csoportba a Kassai és Eperjesi járás, mivel itt a lakosság száma aránylag magas. Ennek eredményeképp itt különböző üzletláncok is elterjedtek, legfőképpen Kassán és a város közvetlen környezetében. A terület e tekintetben Szlovákián belül a második helyen áll.

A legkedvezőbb helyzetben mind a munkalehetőségek tekintetében, mind a lakossági jövedelmek nagyságát tekintve a főváros és régiója van. A déli és észak-nyugati térségek mutatói az országos átlag körül mozognak az említett tényezőket illetően. Ezen információk alapján tehát kiválaszthatók azok a régiók, ahol a legjövödelmezőbben működtethetők a kereskedelmi nagylétesítmények. Minél magasabbak ugyanis egy járásban az átlagos jöve-

delmek, annál nagyobb a lakosság vásárlóereje és egyre többet vásárolhat a növekvő választékból. Végző soron a magasabb jövedelemmel bíró lakossági rétegek egyre nagyobb választékban és mennyiségben fog vásárolni szemben a kevésbé magas jövedelműekkel.

Harmadik telephely választási tényezőként az áruházak (hipermarketek, szakáruházak, egyéb megaboltok) személygépkocsival való legjobb megközelíthetőségét kell figyelembe vennünk. Ezt a szempontot vizsgálva a legnagyobb jelentősége az ország autópályáinak és a gyorsforgalmi utak hálózatának van. Ezek kiépítését úgy kellett kialakítani, hogy a külföldi vásárlói kör számára is jól megközelíthetők legyenek az áruházak. Szlovákia napi legnagyobb forgalmú útjai a D1-es és D2-es autópályák, amelyek közül a D2-es Pozsonyból észak felé, Csehország irányába lett kiépítve. A leghosszabb viszont a D1-es, egész Szlovákiát átszelő, legnagyobb kapacitással rendelkező autópálya, amely Pozsonytól északkeleti, majd keleti irányba futva Kassán keresztül vezet a szlovák-ukrán határig.

Szintén nagy kapacitásúak az R2-es és R1-es gyorsforgalmi utak, amelyekre jellemző, hogy az R2-es keresztülszeli az országot nyugat-kelet irányban, hasonlóan, mint a D1 jelzésű autópálya, azonban ez a gyorsforgalmi út Kassánál véget ér. Az R1-es szintén nyugat-kelet irányban fut, de egyelőre jóval rövidebb távolságon. Köztudott, hogy az üzletláncok számára ott található a legmegfelelőbb telephely, ahol nagyobb települések közelében haladó nagy forgalmú úthálózat található (Szlovák Köztársaság Statisztikai Hivatala)

### **A Szlovákiában működő hipermarket-láncok térszerkezeti jellemzői**

A szlovákiai hipermarketek közül az országban 1999-től jelen lévő Tesco Stores SR a.s. multinacionális kiskereskedelmi vállalat üzletállománya a legnagyobb. A jelenlegi statisztikai források szerint a multinacionális cég 140 nagyméretű üzletegységet tart fent az ország különböző pontjain, amelyek közül a vizsgálat szempontjából 51 egységet emelnénk ki. Ezek tartoznak a hipermarket kategóriába. A brit tulajdonú kiskereskedelmi társaság szupermarketeket és egyéb bolt típusokat is üzemeltet. Az 51 Tesco hipermarket közül 2 található a fővárosban, Pozsonyban (1. kép). A Tesco áruházak döntő hányada (96%-a) viszont vidéki településeken nyitotta meg kapuit. Az országon belül összesen 48 vidéki városban találunk Tesco hipermarket, amiből arra következtethetünk, hogy a cég szlovákiai terjeszkedésében kiemelkedő hangsúlyt fektetett a vidéki vásárlóerő meghódítására, megszerzésére (Tesco hivatalos honlapja).

A Hypernova, amely első két áruházával az élen 2001-ben nyitotta meg kapuit, összesen csupán 21 egységet működtet az országban (2. kép). Az egyik leglátogatottabb áruházként tartják számon, mégis lényegesen szerényebb mértékben van jelen Szlovákiában, mint a legnagyobb üzletlánc, a Tesco Stores



1. kép. Pozsony egyik, nagy forgalmat lebonyolító Tesco áruháza



2. kép. Hypernova áruház Révkomárom nyugati kapujában

SR a.s. Áruházai közül egy a fővárosban, további 20 pedig a nagyobb településeken üzemel. Utóbbi a teljes üzletállomány 95,2%-a, tehát megfigyelhető, hogy brit versenytársához hasonlóan a Hypernova üzletlánc is a vidéki vásárlóerőt célozta meg hálózatbővítési stratégiájával (Hypernova hivatalos honlapja).

A Szlovákiában is terjeszkedő német multinacionális vállalat, a Kaufland első áruházát 2000-ben nyitotta meg. Bár 43 üzletegységével megelőzte a Hypernova-lánc szlovákiai terjeszkedését, jelenléte a szlovákiai belső piacon a Tesco üzletláncához képest viszont szerény mértékű. A Kaufland már említett 43 üzletéből 3 található a fővárosban, a maradék 39 (90,7%) viszont – hasonlóképpen a Tescohoz és a Hypernovához – Szlovákia kisebb-nagyobb városaiban épült fel (3. kép). A Kaufland üzletlánc is bízik tehát a fővárostól távolabbi, vidéki üzlettelepítés megfelelő jövedelmezőségében (Kaufland hivatalos honlapja).

A francia Carrefour kiskereskedelmi vállalat a szlovákiai piacon 2000-től van jelen, amikor megnyitotta kapuit az első hipermarket az egyik Pozsonyhoz tartozó városrészben, Petržalkán a Danubia üzletközpontban. Ma már 4 Carrefour bolt található Szlovákiában az ország három különböző pontján. Kettő a fővárosban, egy Kassán és egy Zsolnán a Dubeň üzletközpont-



3. kép. A révkomáromi Kaufland áruház a Hypernova közelében épült fel

ban. Tény, hogy a Carrefour nem sorolható a legnagyobb és legelterjedtebb multinacionális kiskereskedelmi vállalatok közé Szlovákiában, mégis évente körülbelül 8 millió vásárló fordul meg ezekben az áruházakban (Carrefour hivatalos honlapja).

### A hipermarket-láncok terjedési sajátosságai

Szlovákiában 72 település lakónépessége haladja meg a 10 ezer főt, ezek városi rangú települések. Ha változó méretük alapján a 72 települést hat csoportbaba osztjuk (100 ezer feletti, 100–50 ezer fős, 50–30 ezer fős, 30–20 ezer fős, 20–15 ezer fős, valamint 15–10 ezer lakosú települések), akkor megfigyelhető, hogy a településméret csökkenésével együtt jár a kisebb kategóriába tartozó városok számának növekedése. Ez előre vetítik, hogy a kisebb településeken egyre kevesebb megabolt fog megjelenni. A lényeges arányokat viszont csak a kiszámítható PEX értékekkel lehet megállapítani. Az 1. táblázat arról ad tájékoztatást, hogy az egyes kategóriákban lévő településekben milyen arányban vannak jelen a Szlovákiában megtalálható hipermarket-láncok.

A táblázatból az is látható, hogy a 100 ezer főt meghaladó lakosságszámú városok kategóriájában (amelyekből Szlovákiában mindössze 2 található) igazán szoros verseny tapasztalható a hipermarket-láncok között. A Tesco mindkét nagyvárosban képviselteti magát, Pozsonyban két hipermarketet is üzemeltet. A másik három piaci szereplő is több, mint egy üzletközponttal jelen van az említett két nagyvárosban. A PEX értéke mindegyik hipermarket-lánc esetében eléri az ideális értékét (1,000), tehát a nagyvárosok mindegyike rendelkezik egy vagy több áruházzal. A Tesco a hipermarketeken kívül még további supermarketekkel is jelen van a vizsgált városokban, ami tovább növeli domináns pozícióját az ország kiskereskedelmi piacán.

Az 50–100 ezer fős városok kategóriájára egyértelműen a Tesco és a Kaufland dominanciája a jellemző. Zsolnán 3 hipermarket is működik

1. táblázat. A szlovákiai hipermarketek penetrációs indexei (PEX)

Település- méret, 1000 fő	Települések száma	Tesco		Kaufland		Hypernova		Carrefour	
		db	PEX	db	PEX	db	PEX	db	PEX
100 felett	2	3	1,500	5	2,500	2	1,000	3	1,500
50–100	8	8	1,000	9	1,125	4	0,500	1	0,125
30–50	11	8	0,727	8	0,727	10	0,909	–	–
20–30	18	17	0,944	12	0,667	5	0,278	–	–
15–20	14	10	0,714	9	0,643	–	–	–	–
10–15	19	5	0,263	–	–	–	–	–	–

Forrás: Szlovákia Statisztikai Hivatala és az üzletláncok weboldala alapján saját szerkesztés.

(Tesco–Kaufland–Carrefour), viszont a Hypernova ebbe a városba (már/még?) nem terjesztette ki üzletláncát. További városokban, mint Eperjes, Nyitra és Trencsén viszont Tesco–Kaufland–Hypernova versengés folyik a vevőkért. A Carrefourt egyetlen áruház képviseli Zsolnán, miközben a Hypernova kiskereskedelmi vállalat csak 5 egységgel üzemeltet kevesebb áruházat ezekben a városokban, mint német versenytársa, a Kaufland.

A 30–50 ezer lakosú városok (összesen 11) esetében igazi verseny tapasztalható a hipermarket-láncok között. A Carrefour cég nincs jelen ebben a településkategóriában, a Tesco–Kaufland–Hypernova hármas viszont 8–8–10 üzlettel közel azonos arányban szerepelnek. E városok közé tartozik többek között Liptószentmiklós, Zólyom, Révkomárom, Érsekújvár, Léva, Homonna és Bártfa.

A 20–30 ezer fős városok vizsgálatakor szintén arra az eredményre jutunk, hogy a Tesco dominanciája érvényesül. Ebbe a kategóriába összesen 18 város tartozik Szlovákiában és közülük 17-ben megtalálható a Tesco hipermarketje. A brit cég viszont versenyben áll Rimaszombatban és Bazinban a Hypernova céggel, ill. Rózsahegyen, Losoncon és Dunaszerdahelyen jelen van még a két előző üzletlánc mellett a Kaufland is, ami a kategória városainak 16,7%-a. Az összesített penetrációs indexük tehát 1,880, ami egy viszonylag jó értéknek mondható, hiszen az ebbe a kategóriába tartozó 18 város mindegyikében találunk egy vagy akár több hipermarketet.

Az utolsó kategóriát képviselő 10–15 ezer fős kisvárosokban szintén a Tesco van domináns szerepben, hiszen sem a Kaufland, sem a Hypernova és sem a Carrefour nem működtet ezekben üzleteket. Jelen esetben a PEX érték 0,263, ami nem nevezhető kellőképpen magasnak.

### **A szlovákiai barkácsáruház láncok telephelyválasztása és terjeszkedési stratégiája**

A Szlovákiában működő barkácsáruház-láncok közül a Baumax üzletlánc a legnagyobb, amely 1996-tól van jelen az ország piacán. Összesen 14 áruházat üzemeltet, ebből hármat Pozsonyban. A fenti adatokból kiderül a vidéki üzletek (78,6%) magasabb aránya, tehát az üzletlánc tagjainak jelentős része a fővároson kívül található (Baumax hivatalos honlapja).

A működtetett boltok száma alapján a második helyen a Merkury Market áll, amely jelenleg 14 üzlettel rendelkezik az országban. E 14 egységből 1 a fővárosban várja a vásárlóit, a többi 13 pedig Szlovákia egyéb városaiban. A Merkury Market üzleteinek tehát 92,9%-a található vidéki nagyvárosokban, ami szintén kiemelkedően magas arány (Merkury Market hivatalos honlapja).

A barkácsáruház-láncok egyik legkisebb szlovákiai tagja a Hornbach. Európa több országában 1996-ban indult hódító útjára, így Ausztria, Hollandia, a Cseh Köztársaság, Luxemburg, Svédország és Románia után Szlovákiában

is megjelent az első Hornbach barkácsáruház. Szlovákiában ez az üzletlánc mindössze 2 egységet tart fenn, amelyek az ország két ellentétes földrajzi pontján várják az érdeklődőket. Az egyiket Pozsonyban, a másikat pedig Kassán, az ország keleti végében pontján látogathatja a vásárlóközönség (Hornbach hivatalos honlapja).

Megvizsgálva azt, hogy a szlovákiai városokban milyen mértékben vannak jelen a hipermarketekhez képest kisebb boltsszámmal rendelkező barkácsáruház-láncok kereskedelmi egységei, megállapítható, hogy a 100 ezer fős lakosságszámot meghaladó városok kategóriájában kisebb verseny alakult ki a három barkácsáruház-lánc között (2. táblázat). Pozsonyban 3 Baumax, 1 Merkury Market és 1 Hornbach található, míg Kassán 2 Baumax, 1 Merkury Market és 1 Hornbach áruház működik. E városokban tehát a penetrációs index (PEX) mindegyik barkácsáruháznál eléri a normál értéket (1,000).

Az 50–100 ezer főt számláló települések esetében is kiéleződött harc folyik, viszont már csak két barkácsáruház-lánc között, mivel a Hornbach ebben a kategóriában egyetlen egy üzletével sem képviselteti magát. A Baumax üzletlánc mind a 8 ilyen méretű városban (Turócszentmárton, Zsolna, Trencsén, Nyitra, Nagyszombat, Besztercebánya, Poprád és Eperjes) üzemeltet áruházat. Versenytársának, a Merkury Marketnek viszont már csak 7 városban (Zsolna, Trencsén, Nyitra, Nagyszombat, Besztercebánya, Poprád, Eperjes) vannak kereskedelmi egységei.

Amilyen mértékben csökken a lakosságszám alapján a városméret, úgy csökken a barkácsáruházak száma is. A 30–50 ezer fős városoknál a Hornbach üzletlánc szintén nem rendelkezik telephellyel. Privigyé 1–1 barkácsáruházal rendelkezik, Nagymihályban, Zólyomban és Léván is 1–1 barkácsüzlet, még hozzá a Merkury Market áll a vásárlók rendelkezésére. A fentiekből egyértelműen kiderül, hogy a 30–50 ezer fős települések csoportjában a Merkury Market 3-mal több egységet üzemeltet, mint a Baumax cég. A PEX jelen esetben egészen alacsonynak tekinthető, összesített értéke 0,364.

Nagy törés mutatkozik az egy lépcsővel lejjebb elhelyezkedő településkategóriában. A 20–30 ezer fős települések csoportjában Dunaszerdahely

2. táblázat. A barkácsáruházak penetrációs indexei (PEX)

Település- méret, 1000 fő	Települések száma	Baumax		Merkury Market		Hornbach	
		db	PEX	db	PEX	db	PEX
100 felett	2	5	2,500	2	1,000	2	1,000
50–100	8	8	1,000	7	0,875	–	–
30–50	11	1	0,091	4	0,364	–	–
20–30	18	–	–	1	0,056	–	–
15–20	14	–	–	–	–	–	–
10–15	19	–	–	–	–	–	–

Forrás: Szlovákia Statisztikai Hivatala és az üzletláncok weboldala alapján saját szerkesztés.

kivételével, ahol 1 barkácsbolt működik (Merkury Market), nem található barkácsáruház-lánchoz tartozó üzlet. A 15–20 ezer, ill. a 10–15 ezer lakosú városok kategóriájában teljesen hiányoznak a barkácsáruházak.

### **Bútor- és lakberendezési áruházláncok**

A harmadik megvizsgált megabolt csoportba a bútor- és lakberendezési áruházláncok tartoznak. E téren minden bizonnyal a dán Jysk nevezetű cég kerül az első helyre, amely 2006. október 26-án nyitotta meg első boltját Szlovákiában, Trenčsén városában. Jelenleg 32 egységet üzemeltet, amelyből 3 a fővárosban, további 29 pedig vidéki városokban várja a vevőket. A Jysk esetében a vidéki boltok aránya meghaladja a 90%-ot, tehát a cég szintén nem a fővárosi övezetet, hanem a vidékit tekinti fő piacának (Jysk hivatalos honlapja).

A második bútor- és lakberendező áruházlánc, a Kika 4 szlovákiai boltjával már a csak szerény méretű áruházláncok körébe tartozik. A német cég Szlovákiában 2005 novemberében hozta létre első, ám annál modernebb áruházát Pozsonyban. Az ország további három pontján, Kassán, Besztercebányán és Poprádon várják vásárlóikat az ország további Kika áruházai (Kika hivatalos honlapja).

A hálózatának méretét tekintve szintén nem nevezhető nagy áruházláncnak a Fima Möbel néven ismert vállalat, mivel összesen 3 egységet üzemeltet Szlovákiában. Az áruházlánc központja Dunaszerdahelyen található. Érdekeség, hogy mind a 3 üzlete Szlovákia nyugati részén fekszik: egy a fővárosban, egy Dunaszerdahelyen és egy Érsekújváron. A bútor- és lakberendezési áruházláncok is hasonló terjeszkedési stratégiát követnek, mint a hipermarketek, ill. a barkácsáruházak, mivel 66,7%-os arányban szintén a vidéki vásárlóközönséget célozták meg (Fima Möbel hivatalos honlapja).

### **A bútor- és lakberendezési áruházak terjeszkedési sajátosságai**

Megvizsgálva a három bútor-, ill. lakberendezési áruházlánc telephely-választási stratégiáját Szlovákia településeiben, megállapítható, hogy öt településkategóriában is a Jysk üzletlánc egységei vannak többségben (3. táblázat). Kivétel ez alól a 10–15 ezer fős városok csoportja, ahol a 19 város közül egyikben sem található bútor-, ill. lakberendezési áruház.

A 100 ezret meghaladó lakosú városokban, amiből Szlovákiában csupán 2 van, összesen 8 bútor- és lakberendezési áruház áll a vásárlók rendelkezésére: 5 Jysk, 1 Fima Möbel és 2 Kika. Ezekből Pozsony 5 egységet (3 Jysket, 1 Fima Möbelt, 1 Kikát), Kassa 3 üzletet (2 Jysket és 1 Kikát) üzemeltet. A fentiek alapján a PEX-érték mindhárom bolthálózat esetében természetesen meghaladja az 1,000-et.

3. táblázat. A bútór- és lakberendezési áruházak penetrációs indexei (PEX)

Településméret, 1000 fő	Települések száma	Jysk		Fima Möbel		Kika	
		db	PEX	db	PEX	db	PEX
100 felett	2	5	2,500	1	0,500	2	1,000
50–100	8	7	0,875	–	–	2	0,250
30–50	11	10	0,909	1	0,091	–	–
20–30	18	8	0,444	1	0,056	–	–
15–20	14	2	0,143	–	–	–	–
10–15	19	–	–	–	–	–	–

Forrás: Szlovákia Statisztikai Hivatala és az üzletláncok weboldala alapján saját szerkesztés.

Az 50–100 ezer lakost számláló városok esetében egyértelműen a Jysk dominancia érvényesül. Jysk bútór-, ill. lakberendezési áruház működik a következő városokban: Turócszentmárton, Eperjes, Besztercebánya, Nyitra, Nagyszombat, Trencsén és Poprád. Tehát egy 50–100 fős nagyváros maradt ki (Zsolna) a vállalat terjeszkedéséből. A penetrációs index esetükben 0,875, ami viszonylag jónak mondható.

A 30–50 ezer fős városokból Szlovákiában 11 található. Ebben a kategóriában is a Jysk üzletlánc van túlsúlyban 10 egységével. A cég áruházainak helyszínei: Bártfa, Nagymihály, Zólyom, Léva, Révkomárom, Érsekújvár, Privigye, Liptószentmiklós, Homonna és Igló városok. A Fima Möbelnek ebben a városkategóriában mindössze 1 üzlete található Érsekújvárbán. PEX-értéke elhanyagolhatóan alacsony (0,091).

A 20–30 ezer fős városok (számuk 18) bútórúházzal ellátottságában is megfigyelhető a Jysk fölénye. A vásárlóközönség számára Losonc, Tókeretes, Rimaszombat, Galgóc, Szenc, Dunaszerdahely, Pöstyén, Rózsahegy városokban érhetőek el a Jysk boltjai. Penetrációs indexe 0,444. A Fima Möbel itt is, mint egy kategóriával feljebb is csupán 1 üzletével van jelen, ami a kategória viszonylag magas városszámához képest kevésnek mondható. Ez megmutatkozik a penetrációs indexén is, aminek értéke 0,056. A harmadik szlovákiai bútór- és lakberendezési áruházlánc, a Kika ebből a városkategóriából is teljesen hiányzik.

Megfigyelhető, hogy ahogyan haladunk lefelé városkategória-lépcső fokain, úgy csökken a bútór-, ill. lakberendezési áruházláncok száma is.

A 15–20 ezer főt számláló városok csoportjában már csupán 2 ilyen üzlet működik. Rozsnyó és Puhó városokban találkozhatnak a vásárlók a Jysk áruházaiival. A PEX értéke ebből adódóan lényegesen alacsonyabb az elvárhatónál (0,143).

A 10–15 ezer fős városoknál, mint ahogy azt már az előzőekben tapasztaltuk, teljesen hiányoznak a bútór-, ill. lakberendezési áruházak. Mivel a számuk 0, egyértelműen a PEX értéke is ezzel lesz egyenlő.

## Összegzés

A tanulmány célja az volt, hogy bemutassa a szlovákiai multinacionális üzletláncok terjeszkedési stratégiáját. A kiskereskedelem jelentős szerepet játszik az Európai Unió legtöbb országának gazdaságában. Nagymértékben hozzájárul az országok GDP-jének alakulásához, valamint új munkahelyek teremtésével segíti a gazdaságok fejlődését. A gazdaságban és a társadalmi folyamatokban lezajló globalizáció érezteti hatását a kiskereskedelmi piacokon is.

Az utóbbi években a transznacionális vállalatoknak megjelenésének eredményeképpen jelentős változások történtek a közép-kelet európai országok kiskereskedelmi struktúrájában. Napjaink kiskereskedelmi forgalmi adataira jellemző a nagy, multinacionális üzletláncok dominanciája, amivel nemcsak a kisboltokra jelentenek veszélyt, hanem a helyi kereskedelmi hálózatokra is. A boltok száma és az általuk biztosított eladóterület Európa szerte évről-évre nő (Huszárik E. 2010).

Piacutatósi eredmények igazolják, hogy még mindig jelentős különbségek figyelhetők meg a dél-európai, valamint a nyugat-európai országok kiskereskedelmi piacát illetően. Míg az észak-, a nyugat- és a közép-európai országokat nagyfokú koncentráció jellemzi, addig a déli régiók piaca telítetlennek számít. Ennek ellenére Európa egészére jellemző, hogy az országok kiskereskedelmi piaca a koncentráció irányába tart.

A bevásárlóközpontok és a hipermarketek a legerősebb értékesítési csatornának számítanak úgy az élelmiszer jellegű termékek, mint a non-food termékek piacán. Amíg 2000-ben csupán két bevásárlóközpont és egy multinacionális üzletlánc tevékenykedett Szlovákiában, mára a bevásárlóközpontok száma közelíti a 40-et, a hipermarketek száma pedig már 100 fölött van az ország területén. Annak ellenére, hogy 2006 és 2007 során nőtt a legdinamikusabban az üzletláncok száma, még napjainkban is sorra nyitják meg az újabb és újabb komplexumokat, ami arra utal, hogy az ország piaca még mindig nem számít telítettnek.

A jelenlegi piaci helyzet megköveteli minden üzletlánc vezetőjétől a fogyasztók igényeinek ismeretét. Minden kiskereskedelmi szereplőnek tudnia kell, hogy milyen okok állnak a vásárlás háttérében, mely árukat preferálják a fogyasztók, mikor és milyen körülmények között vásárolnak. A kereskedők marketing-döntéseinek a fogyasztó-orientációból kell kiindulnia. A stratégia lényege, hogy elősegítse az értékesítést, hogy a vásárlókat a boltba csalogassa, képezze az eladókat, hogy megértsék a fogyasztók értékrendjét, attitűdjét, valamint személyiségét.

Az ország fogyasztóiról összességében elmondható, hogy gyorsan elfogadták az új piaci szereplőket, és nagy vásárlótömegek feledkeztek meg a korábban kedvelt kisboltokról. A legújabb felmérések azonban előrevetítik a kisboltok népszerűségének jövőbeni növekedését.

## IRODALOM

- A Szlovák Köztársaság Statisztika Hivatalának honlapja.  
A Tesco, a Hypernova, a Kaufland, a Carrefour, a Baumax, a Merkury Market, Hornbach, a Jysk, a Kika és a Fima Möbel hivatalos honlapja.
- APPLEBAUM, W.F. 1954. Marketing Geography. – In: JAMES, P.E.–JONES, C.F. eds.: Geography in America. Association of American Geographers, New York, 245–251.
- BERRY, B.J.L. 1967. Geography of market center and retail distribution. – Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- BROWN, S. 1992. Retail location: A Micro-Scale Perspective. – Avebury, Aldershot.
- CHMELÍKOVÁ, L. 2002. Minulosť, súčasnosť, perspektívy. – EPOS, Bratislava, 364 p.
- Christaller, W. 1966. Central Places in Southern Germany. – Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- HOTELLING, H. 1929. Stability in competition. – Economic Journal 39. 1. 41–57.
- HUSZÁRIK E. 2010. A multinacionális vállalatok térnyerése Szlovákia kiskereskedelmében. – In: SIKOS T.T.–TINER T. szerk.: Cégek célkeresztben. Selye János Egyetem Kutatóintézete, Komárno, 217–232.
- SIKOS T.T. 2007. A kereskedelmi komplexumok terjedése Szlovákiában. – In: SIKOS T.T. szerk.: A bevásárlóközpontok jelene és jövője. Selye János Egyetem Kutatóintézete, Révkomárom, 28–48.
- THÜNEN, J.H. 1996. Isolated State. – Pergamon Press, Oxford–New York.
- TINER T. 2010. Kereskedelmi nagylétesítmények telephely-választási kritériumai Magyarországon. – In: SIKOS T.T. szerk.: A fenntartható fogyasztás és növekedés határai. Új trendek a kiskereskedelemben. Selye János Egyetem Kutatóintézete – Szent István Egyetem GTK, Révkomárom–Gödöllő, 69–86.
- WEBER, A. 1928. Theory of the location of industries. – University of Chicago Press, Chicago.

## **Atipikus foglalkoztatási formák Szlovákia munkaerőpiacán**

SZABÓ INGRID<sup>1</sup>

### **Less frequent forms of employment on labour market of Slovakia**

This paper introduces the different forms of work and employment that recently appeared and are now wide-spread on the labour market. Previously full time employment used to be the most common form, and was as well preferred by employees. Nowadays an increased number of forms are appearing on the labour market and they are becoming commonly used, provided that people and employees are both satisfied with these forms. The study also introduces special forms of employment such as part time employment, teleworking, working from home, labour force leasing, self-employment, casual and seasonal work. It also analyses their appearance on the labour market of the EU and Slovakia. Furthermore, it describes the advantages and disadvantages of the above mentioned forms of employment from the perspective of both employers and employees.

**Keywords:** part time employment, teleworking, labour market, Slovakia

### **Bevezető**

A tanulmány az újszerű, leggyakrabban atipikusnak nevezett foglalkoztatási és munkavégzési formákat mutatja be, és azt vizsgálja, mennyire ismertek és fordulnak elő ezek a nem hosszú múltra tekintő foglalkoztatási formák Szlovákiában.

Az atipikus foglalkoztatási formákkal kapcsolatos kérdések a munkaerő-piaci szakemberek egyre nagyobb körét foglalkoztatják napjainkban, hiszen egyre szélesebb körben kerülnek alkalmazásra. A kutatók, szakemberek főként a különböző atipikus foglalkoztatási formák előnyeinek és hátrányainak vizsgálatára összpontosítanak. A jogi szabályozásukat illetően egyelőre kisebb hiányosságok merülnek fel, amelyeket remélhetőleg a közeli jövőben sikerül kiküszöbölni.

---

<sup>1</sup> PhDr, Selye János Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Komárno. Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula GTK, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr

## Az atipikus foglalkoztatási formák jellemzői

Az európai országok munkaerőpiacain egyre nagyobb mértékben jelennek meg az újszerű, rugalmas munkaformák, amelyek jelentősen eltérnek a munkavégzés hagyományos formáitól. A rugalmas munkaerő iránti igényeknek számos oka van. Az új munkaformák fejlesztését és bevezetését az Európai Unió valamennyi tagállamában fontolóra veszik, mivel az üzleti stratégiába és termelésbe történő bevezetésüktől rendkívüli gazdasági fejlődést, a globalizálódott piacokon való sikeres helytállást várnak (BUDAI B. 2009).

Az *atipikus munka* kifejezés az 1980-as évek elejétől honosodott meg, ekkor figyelt fel a Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (ILO) a hagyományostól eltérő munkavégzések terjedésére. Az „atipikus” lényegében egy gyűjtőfogalmat takar. Idesorolták azokat a foglalkoztatási formákat, amelyek egy vagy több elemükben eltérnek a hagyományos munkaviszonytól. Ennek ellenére az atipikus foglalkoztatás jelentheti a megoldást a válság idején. A legismertebb atipikus foglalkoztatási formák a *táv munka*, a *részmunkaidő*, az *alkalmi munkavállalás*, amelyek jelentősen könnyítik a munkaerőpiacra háruló terheket, mégis a válság idején a legtöbb vállalat leépít, bár a munkajog rugalmas megoldásokat is biztosít (ÉKES I. 2009).

Az atipikus munkaformák körébe tartozó *részmunkaidős* foglalkoztatásra nincs egységes meghatározása. A ledolgozott időtartamot tekintve megállapítható, hogy a részmunkaidő nagyságrenddel rövidebb a normál munkaidőnél. A munkavállalók azon köréről állítható, hogy részmunkaidőben dolgoznak, akiknek munkaideje kevesebb a teljes munkaidőnél. A munkavállalók szempontjából fő előnye abban rejlik, hogy a munkaidőn kívül eső idejüket más teendőik elvégzésére fordíthatják (KOZÁK L. *et al.* 2000).

Egy másik atipikus munkavégzési forma a *túlóra*, amely által a munkaadók több munkát végeztethetnek el dolgozóikkal, akik pedig cserébe többletjövedelemre tehetnek szert. A túlórától eltérő forma a műszakokban való munkavégzés, amely több gazdasági ágazatban kerül alkalmazásra napjainkban. Bizonyos szempontból több szabadidőt jelent az alkalmazottak számára, ám ez időnként a szabad hétvégék rovására megy (SZABÓ I. 2011).

A *rugalmas munkaidőben* dolgozó alkalmazottnak lehetősége van arra, hogy megválassza munkavégzésének idejét a munkáltató által megszabott korlátok között. A munkáltató köteles elfogadni a munkaidőnek a munkavállaló által megadott kezdetét és befejezését, viszont megkövetelheti a dolgozótól, hogy adott időszámban tartózkodjon a munkahelyén (SZABÓ I. 2011).

Az *időszakos foglalkozási formák* közé tartozik a *határozott idejű munkaviszony*, az *alkalmi munka* és a *szezonális munka*. A határozatlan időre szóló foglalkoztatással szemben a határozott idejű foglalkoztatás meghatározott időre szól. A teljes munkaidőben dolgozókat részmunkaidőben dolgozó társaikkal szemben kisebb valószínűséggel alkalmazták előre kikötött időre. A vállalatok

általában akkor alkalmaznak meghatározott időre pótlólagos munkaerőt, ha bizonyos igényeket a vártnál gyorsabban, nagyobb mértékben kell kielégíteni. Alkalmi és szezonális munkára főleg a mezőgazdaságban és néhány iparágban, valamint családi gazdaságokban, egyéni vállalkozásokban alkalmaznak embereket. Az erről szóló adatok pontatlanok a nem regisztrált esetek miatt (Kozák L. et al. 2000).

Az eddig felsoroltakon kívül léteznek egyéb, a hagyományos munkaviszonytól eltérő munkaformák. Ebbe a kategóriába tartozik a *munkahelyek megosztása*, amely során egy új munkahely jön létre azért, hogy két alkalmazott rövidített munkaidőben látja el egy dolgozó feladatát. A két alkalmazott dolgozhat eltérő időpontban, vagy egyszerre, ha feladatuk elvégzésében sürgeti őket az idő.

Az *egyéb munkaformák* körét bővíti még a *táv munka* és az *otthoni munka*. A távmunka különbözik az önfoglalkoztatástól és a megbízási szerződés alapján végzett munkától. Táv munka alatt értjük a munkáltató működési körébe eső rendszeres tevékenységet, amelyet az alkalmazott a munkáltatótól távol eső helyen végez infokommunikációs eszközök alkalmazása által, és annak eredményét továbbítja elektronikus eszközökkel a munkáltatónak. Az otthon végzett munka során a munkavállaló otthonában tartózkodik, a munkáltató irodájában csak ritkán jelenik meg. Az otthon végezhető munkák terén nagy a választék.

Táv munka során a dolgozó nem hagyományos munkahelyen végzi a munkáját, hanem attól távol, eredményét pedig különböző információs technológián keresztül juttatja el a munkaadójához. A távmunkát három sajátossága egybeesése határozza meg (Bankó Z. 2005):

- Önállóság és rendszeresség. Ez azt jelenti, hogy a munkahelyétől távol végzi a munkáját heti egy-két vagy napi rendszerességgel.
- Alternatív munkahely. Ez lehet saját lakás, távmunka-központ, teleiroda vagy teleház, de a munkavégzés történhet közlekedési eszközön is.
- Elektronikus úton való kapcsolattartás. Erről akkor beszélünk, ha a távmunka valamilyen elektronikus úton továbbítható.

A fentiekben kívül megkülönböztetünk még *projekt munkát*, *önálló vállalkozóként végzett munkát* és *munkaerő-kölcsönzést*. A projekt munkát egy megbízott személy végzi el meghatározott feltételek és határidő mellett, az önálló vállalkozóként végzett munka során a vállalkozó függetlenül végzi munkatevékenységét, míg a munkaerő-kölcsönzés esetén a munkavállalókkal kettős munkáltatói oldal áll szemben (Szabó I. 2011).

Az Európai Unió dokumentuma a következőképpen definiálja a munkaerő-kölcsönzést: „A munkaerő-kölcsönzés olyan tevékenység, amelynek keretében a kölcsönadó és a vele kölcsönzés céljából munkaviszonyban álló munkavállalót ellenérték fejében munkavégzésre a kölcsönvevőnek átengedik.” (Tájékoztató a munkaerő-kölcsönzésről.)

A gazdasági élet felgyorsulásával felmerültek olyan esetek, amikor a vállalkozásoknak nagyon gyorsan kellett rövid időre munkaerőt találni, és ezekben az esetekben kitűnő lehetőségnek bizonyult a munkaerő kölcsönzés. Képzettségétől függetlenül a munkavállalók között kialakult egy olyan réteg, akik szívesebben vállalják a tartós lekötöttség nélküli munkaviszonyban való alkalmazást anélkül, hogy viselniük kellene a piac kockázatát. Az alacsonyan képzett munkavállalóknál sok esetben csak ez a megoldás jelentette, hogy továbbra is munkát tudjon vállalni. A munkaerő-kölcsönzés nagymértékben hozzájárul a fiatal munkavállalók, pályakezdők tájékozódásához, tapasztalat-szerzéshez mivel lehetőségük nyílik több munkaadó vállalatnál is dolgozni.

A munkaerő kölcsönzésének három olyan szereplője van, akik a kötelezettségek teljesítésének érdekében kell, hogy együttműködjenek. A munkavállalón kívül a munkáltatói jogokat és kötelezettségeket megosztva gyakorolják a kölcsönbeadó és kölcsönvevő. Kölcsönbeadó – az a munkáltató, aki vele munkaviszonyban lévő munkavállalót, kölcsönzés keretében a kölcsönvevőnek átengedi, és a munkáltatói jogokat megosztva gyakorolják. A kölcsönbeadót terhelik az adóbevallási, levonási és a befizetési kötelezettségek teljesítése. Kölcsönbeadó csak az lehet, aki teljesíti a törvényben előírt feltételeket. Kölcsönvevő – aki az átengedett munkást foglalkoztatja. A felügyeleti jogot a munkavégzés és a vele kapcsolatos tevékenységekre a kölcsönvevő gyakorolja. Más munkáltatónál munkavégzésre nem kötelezheti. A kölcsönvevő bármilyen munkáltató lehet, nincs megkötés a kölcsönbeadóval ellentétben (BANKÓ Z. 2005).

Az atipikus foglalkoztatási formák alkalmazásának legfőbb előnyei az olcsóbb foglalkoztatás megteremtése, a munkanélküliség csökkentése, a rugalmasság, a hatékonyság és a szakszerűség növelése, valamint a költségmegtakarítás.

### **Az újszerű foglalkoztatási formák jogi szabályozása az Európai Unióban és Szlovákiában**

Az EU-ban három fő irányelv szolgál az atipikus munkaviszonyok jogi szabályozásának egységesítésére, melyek arézmunkaidős, a határozott idejű és a határozott vagy ideiglenes időre létrejött munkaviszonyban lévő munkavállalók munkahelyi biztonságát és egészségügyi körülményeinek javítását célozzák. Az Európai Szakszervezeti Szövetség a távmunka és a munkaerő-kölcsönzés EU-szinten történő szabályozásának lehetőségeit is felvetette. Amennyiben megállapodás születik e munkaformák jogi szabályozásával kapcsolatban, olyan keretegyezmény jöhet létre a munkavállalók és a munkáltatók között, amely irányelv formájában kerülhet megvalósításra (KOZÁK L. *et al.* 2000).

Az atipikus foglalkoztatásra irányuló jogszabályokat az általánosan elfogadott irányelvek meghatározása után alakították ki. A szabályozás az atipikus foglalkoztatás legalapvetőbb követelményeit határozza meg, ezzel

meghúzza a határokat a szociális partnerek számára. Egyensúlyt teremt a munkavégzés atipikus és hagyományos formái között. Fő alapelve az egyenlő bánásmód biztosítása és bármilyen diszkrimináció kerülése. Az emberi jogokból kiindulva a munkavállalók védelme képezi a szabályozás legfontosabb célját. Az atipikus munkaviszonyok önkéntes alapon való létrejöttét is a jogszabályoknak kell garantálnia. Továbbá kollektív szerződés útján biztosítaniuk kell a munkavállalók képviselőit ellátóknak a rálátását a jogviszonyok alakulására. Mivel a szakszervezetek csak a részmunkaidős foglalkoztatást támogatják, a többi atipikus munkaformát csupán a munkáltatói érdekek előmozdításaként látják (HERTEL A. 2004).

A részmunkaidős foglalkoztatás a szakszervezetek szempontjából nézve egyelőre kiemelkedik a többi atipikus munkaforma közül. Az EU tagállamaiban a dolgozók szociális védelmének figyelembevétele mellett olyan rugalmas leghetőségű megállapodásokat kötöttek, amelyek értelmében a részmunkaidőben dolgozók a teljes munkaidőben dolgozókkal azonos jogokat élveznek. Ebben az esetben az időarányosság megfelelő alkalmazása nem sérti az irányelv szerinti egyenlő bánásmód elvét. A részmunkaidőben foglalkoztatottaknak tehát a teljes munkaidőben dolgozókhöz hasonlóan joguk van a felmondási időre, végkielégítésre, gyermeknevelési távollétre. (KOZÁK L. *et al.* 2000).

Szlovákiában az atipikus munkaviszony jogi szabályozásának célja a már létező munkajogi kapcsolatok rugalmasabbá tételének biztosítása. A szlovák munkajog az EU munkajogát követve támogatja a fizikai személyek rugalmas munkaviszony szerinti munkavállalását. Emellett nagy hangsúlyt fektet bizonyos jogi korlátokra, amelyek védik a munkavállalók érdekeit (HANZELOVÁ, E. *et al.* 2005).

A szlovák munkajog szerint az atipikus munkaviszony körét képezi minden olyan munkaviszony, amely nem határozatlan időre kötött tartós munkaviszony. A rugalmas, atipikus munkaviszony megkötése során a feleknek meg kell választania azokat a szempontokat, amelyek alapján nem köthető meg a határozatlan időre szóló tartós munkaviszony. Valamely atipikus munkaformák esetében nincs kétség afelől, hogy végezhető e munkaviszony keretében, ill. hogy jogi alapjukat képezheti e munkajogi szerződés. Ezekhez a munkaformákhoz határozott időre szóló munkaviszony tartozik. Más atipikus munkaformák esetében fellépnek bizonyos kétségek azt illetően, hogy vajon lehetséges-e szerződéses munkaviszony keretében végezni azokat (BARANCOVÁ, H. *et al.* 2010).

### **Az atipikus munkavégzési formák elterjedése Szlovákiában**

Mint az EU országok többségében, úgy Szlovákiában is a legjellemzőbb foglalkoztatási forma az állandó munkaviszony határozatlan idejű szerződéssel. Ennek ellenére vannak olyan munkavállalók is, aki nem a hagyományos munkavégzésben dolgoznak Szlovákiában. A szlovák Foglalkoztatási Intézet

2006-os tanulmánya Eurostat adatokra hivatkozva megállapította, hogy az atipikus foglalkoztatási formák még kevésbé voltak ismertek az országban, és Szlovákia e téren az alábbi sajátosságokat mutatta:

- A határozott idejű foglalkoztatási forma főként az építőiparban és a mezőgazdaságban terjedt el, ahol az alkalmi vagy szezonális munkát végzők aránya a felmérés idején csak 5% volt.

- A több műszakban munkát vállalók aránya Szlovákiában magas (25% körüli). Ez a forma több szabadságot jelent a munkavállalónak, de gyakran a hétvégi pihenés rovására is mehet.

- A rugalmas munkaidőben dolgozók bizonyos időkorlátok között választhatja meg munkavégzésének idejét. Ez a forma közigazgatásban és az adminisztratív munkakörökben terjedt el Szlovákiában, ahol 6% körüli az ilyen formában dolgozók aránya.

- Részmunkaidőben Szlovákiában a munkavállalók 2,9%-a dolgozik, ami az EU tagországok közül a legalacsonyabb érték. Ez a foglalkoztatási forma a kisgyermekes anyák, a tanulmányaikat végző fiatalok és nyugdíjasok körében a legelterjedtebb.

- Az otthon végzett munka nincs pontosan meghatározva a szlovák Munka Törvénykönyvében, de felmérés szerint a munkavállalók 4% dolgozik ilyen formában, további 4% pedig alkalmanként végez otthoni munkát (SZABÓ I. 2011.)

BELLAN és OLŠOVSKÁ kutatásai alapján az atipikus foglalkoztatási formák szlovákiai mutatói 2011-ben az alábbiak szerint alakultak (BELLAN, P.–OLŠOVSKÁ, A. 2012):

- A munkavállalók 6,6%-a határozott idejű szerződéssel dolgozott, amely érték elmarad az EU átlagtól (14,1%). Szlovákiában a munkavállaló számára a biztonságot a határozatlan időre szóló szerződés jelenti.

- Részmunkaidőben, ill. rövidített munkaidőben az alkalmazottak 4,1%-a dolgozott 2011-ben, e tekintetben csak Bulgária marad el jobban a 19,5%-os EU átlagtól, mint Szlovákia. A munkavállalók – az előző típushoz hasonlóan – általában ezt a formát sem önként választják. Sokkal gyakoribb a munkaadó ilyen döntése, ill. (a kevés munka miatt) a munkaidő rövidítése.

- Az önfoglalkoztatás terén Szlovákia mutatói meghaladják az uniós átlagértékeket. 2011-ben az alkalmazott nélküli önfoglalkoztatók a munkaerőpiac 12,3%-át adták, további 3,5%-uknak volt alkalmazottja. Az önfoglalkoztatók többsége férfi, és legnagyobb arányban az építőiparban és egyéb, szakmai képzettséget igénylő területeken fordulnak elő.

- Az otthonról végzett munka (táv munka) nagyban hozzájárul a munkavállalás rugalmassá tételéhez. Amiközben az EU tagországaiban átlagosan a munkavállalók 5,3%-a rendszeresen, 8%-a pedig alkalmanként dolgozik ilyen formában, addig Szlovákiában e mutatók értéke jóval alacsonyabb, csupán 3,7%, ill. 4,6%.

- A leginkább rugalmas formák közé tartozó több műszakos munkavállalás Szlovákiában nagyon elterjedt. 2011-ben a munkavállalók 29,8%-a

dolgozott e formában, míg az EU átlag e téren csupán 17,5%. Ez a tendencia már 2004 óta érvényesül, főként az iparban (operátori és szerelő munkák), továbbá a kereskedelmi és szolgáltató szektorban fordul elő, s nagyon ritka a felsőfokú végzettséggel rendelkezők körében.

– A túlórázó és a rugalmas munkaidőben dolgozók aránya nagy ingadozásokat mutatott a vizsgált években. A túlórázó aránya a 2004. évi 2,7%-os maximumról (2004) 0,7%-ra csökkent (2009), majd 2011-ben 1,1%-ra nőtt. Rugalmas időbeosztással csupán az alkalmazottak 0,9%-a dolgozott 2011-ben.

A kutatás kiterjedt a nem szokványos időben történő munkavégzésre is, amely az esti (18.00–22.00 óra közötti), az éjszakai (22.00–6.00 óra közötti), ill. a szombati és vasárnapi munkát takarja. E mutatók terén Szlovákia előkelő helyen van az EU tagországok között: este a munkavállalók 25,2%-a (EU átlag 19,7%), északa 16,3%-a dolgozik, mellyel Szlovákia vezeti az EU országok listáját (EU átlag 7,3%). Szombatonként a szlovák munkavállalók 25,2%-a, vasárnap 19,5%-a dolgozik. Utóbbi érték a 13,7%-os EU-átlaghoz viszonyítva igen magas. (Ezek a mutatók viszont nem feltétlenül rendszeres, hanem legalább alkalmankénti munkavégzést jelentenek az adott, nem szokványos időben.)

Tanulmányosak a másodállásban dolgozó munkavállalókra vonatkozó mutatók: mindössze 1,2%-uknak volt 2011-ben a főállása mellett részmunkaidős vagy megbízásos munkaviszonya, míg az EU átlag 3,8% volt. Másodállást a munkavállalók többsége anyagi okokból vállal, csupán 20%-uk mondta azt, hogy a másodállását kedvtelésből, hobbiként űzi. A másodállás leginkább a főváros, Pozsony környékén elterjedt, többnyire a felsőfokú (társadalomtudományi, közgazdasági, jogi) végzettséggel rendelkezők körében.

Az atipikus foglalkoztatási formák a dél-szlovákiai, magyarok által lakott járásokban még napjainkban sem teljesen ismertek. SZABÓ R. (2012) kérdőíves kutatása eredményei szerint a Galántai és Dunaszerdahelyi járásokban megkérdezettek csupán 19,2%-a tartotta magát jól informálnak az atipikus foglalkoztatási formák terén, 69% hallott már róluk, de nem pontosan tudta, mit takarnak, és 11,8% volt azok aránya, akik nem ismerték a fogalmat és nem is mutattak érdeklődést. Ez utóbbi csoportot jellemzően alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők alkották. Nagy eltérések mutatkoztak az egyes atipikus formák ismertsége között. Míg az alkalmi munkát minden megkérdezett, a távmunkát és a munkaerő-kölcsönzést több mint 90%-uk ismerte, addig az osztott munkaidő és a megbízásos munkaviszony fogalma csak 30-40%-uk számára volt ismert.

JAKAB H. (2012) Ung vidéki és bodrogi közeli munkavállalók körében végzett kérdőíves kutatása szerint a megkérdezettek 26%-a nagyon előnyösnek látja az újszerű foglalkoztatási formákat, ők ki is próbálnák, vagy már ilyen formában is dolgoznak. A megkérdezettek 34%-a látja jó lehetőségnek ezeket a formákat, míg 9% számára leginkább bizonytalanságot jelentenek a munkavállalásban. A megkérdezettek 31%-ának nem volt kellő információja, ezáltal véleménye sem az atipikus foglalkoztatásról.

## Összefoglalás

Az új típusú foglalkoztatási és munkavégzési formák bevezetésének és elterjedésének célja, hogy a vállalatok rugalmasan tudjanak reagálni a piaci és a munkaerő-piaci igényekre, de megmaradjon a munkavállalók biztonsága is. Fontos tehát, hogy az egyes foglalkoztatási és munkavégzési formák jogilag szabályozottak legyenek. Oda kell figyelni a munkaviszonyok változatosságának káros hatásaira is, hiszen fennáll a veszélye annak, hogy munkaerő egy része egymás után több, rövid távú, rossz minőségű munkát végez elégtelen szociális védelemmel, ami kiszolgáltatott helyzetben tartja őket. Ezek az atipikus formák azonban ugródeszkát, új lehetőségeket jelentenek a munkaerő-piacra kerülésre olyan embereknek, akik gyakran különleges nehézségekkel küzdenek.

## IRODALOM

- BANKÓ Z. 2005. Távmunka az Európai Unióban és Magyarországon. – Munkaügyi Szemle 49. 2. 25–28.
- BARANCOVÁ, H. *et al.* 2010. Analýza pracovnoprávnej legislatívy Slovenskej republiky z pohľadu flexiistoty. – In: Trnavská Univerzita v Trnave, Trnava, 47–64.
- BELLAN, P.–OLŠOVSKÁ, A. 2012. Flexibilné formy zamestnania v rámci EU – možnosti a riziká ich uplatnenia v Slovenskej republike. – MPSVR Sekcia práce, Bratislava.
- BUDAI B. 2009. Az atipikus foglalkoztatásról praktikusán. – Regionális Projektfejlesztési és Tanácsadó Kht., Budapest.
- ÉKES I. 2009. Az atipikus munka és jövője. – Munkaügyi Szemle 53. 1. 66–71.
- HANZELOVÁ, E.–KOSTOLNÁ, Z.–REICHOVÁ, D. 2005. Atypické formy zamestnanosti na Slovensku: minulosť a súčasnosť. – In: Stredisko pre štúdium práce a rodiny. Bratislava, 3–17.
- HERTEL A. 2001. Atipikus foglalkoztatási formák Magyarországon. – E-tudomány 2. 1–17. (online) [www.e-tudomany.hu/etudomany/web/uploaded\\_files/20040203.pdf](http://www.e-tudomany.hu/etudomany/web/uploaded_files/20040203.pdf)
- JAKAB H. 2012. Atipikus foglalkoztatási formák Magyarországon és Szlovákiában. – Szakdolgozat. Selye János Egyetem, Komárno.
- KOZÁK L. *et al.* 2000. Atipikus foglalkoztatás feltételei és hatása a munka világára. – SZGTI, Budapest, (online) <http://mathom.dura.hu/mszosz/00/00/index/html/szolgáltatások/szgti/atipikus-foglalkoztat.pdf>
- SZABÓ I. 2011. Atipikus foglalkoztatási és munkavégzési formák. – In: A tudomány és az oktatás a tudásközpontú társadalom szolgálatában. III. Nemzetközi Tudományos Konferencia, Selye János Egyetem, Komárno.
- SZABÓ R. 2012. Atipikus munkavégzési formák és elterjedésük Szlovákiában. – Diplomamunka, Selye János Egyetem, Komárno.

## **Mobilszaküzletek telephely választásának sajátosságai Budapest agglomerációs övezetében**

TINER TIBOR<sup>1</sup>

### **Features of site selection of mobile phone shops in the agglomeration zone of Budapest**

The main characteristics of the development process of mobile communication in Hungary are the ownership of mobile sets, their spatial diffusion and the measure and intensity of use in case of different types of mobile services inside a certain region or settlement. All these factors depend on the population size, the rate of economic activity of employees, the societal and economic status of inhabitants. The role of their personal incomes and the quality of settlement of life has also of great importance in shaping the spatial structure of the network of mobile phone shops inside a region. However, here have to draw a final conclusion: Mobile companies settled in Hungary offers no services in many settlements with poor population inside Hungary. The situation is similar in case of Budapest agglomeration zone, but the reason is different. Here the purchasers of hardware fit for mobile phones prefer large-scale shopping centres of Budapest versus their home settlement belongs to the agglomeration zone but offers poor supply of mobile services.

**Keywords:** mobile communication, mobile phone shops, PEX index, Budapest agglomeration zone

### **Bevezető**

A magyarországi régiók – és azon belül is a budapesti agglomeráció – távközlési hálózatának gyors fejlődésében alapvető szerepük volt a rendszerváltás után ugrásszerűen megnövekvő távközlési igényeknek és az ágazat fejlesztését szolgáló nagymértékű külföldi tőkebeáramlásnak (KANALAS I. 2003; VASS E. 2006; ERDŐSI F.–TINER T. 2012). Az igények jelentkezése a magánvállalkozások sokasodásával, a multinacionális cégek megjelenésével és a vegyes vállalatok tömeges alapításával hozható összefüggésbe. Számukra létfeltétel volt, hogy korszerű eszközökkel kapcsolódhassanak be a hazai és a nemzetközi információ-áramlásba.

---

<sup>1</sup> Tudományos főmunkatárs, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest.

Az agglomerációs zóna távközlésének gyors fejlődését – amelynek üteme a leggyorsabb volt Kelet-Közép-Európában – közel 90%-ban különféle nemzetközi pénzügyi szervezetektől és multinacionális távközlési cégektől származó kölcsönök és hitelek tették lehetővé (TINER T. 2001). A térség távközlésének fejlesztésében kiemelkedő szerepet játszottak az e célra alakult és a távközlési piac fejlődésében jó üzletet látó vegyes vállalkozások, amelyek koncessziós szerződések kötésével magukra vállalták az addig hiányos és fejletlen távközlési hálózatrészek kiépítését és korszerűsítését. (NAGY G.–KANALAS I. 2003; TINER T. 2004). Ebben legtöbb helyen az önkormányzatok és a helyi lakosság fizetőképes rétegei jó partnereknek bizonyultak.

A felgyorsult távközlés-fejlesztés révén a magyar főváros és környéke közötti ellátottságbeli különbségek folyamatosan csökkentek, és az ezredforduló utáni évekre gyakorlatilag kiegyenlítődték (NAGY G. 2002; TINER, T. 2003). Megmaradtak viszont az agglomerációs települések közötti különbségek a mobilkommunikációs eszközök (mobiltelefonok) vásárlása, javítása és a működésüket biztosító hardverekhez (a feltöltő- és SIM-kártyákhoz) való hozzáférés terén. A hardver-eszközök rendelkezésre állásának területi-települési különbségei nem csupán hazai jelenség, mivel ez a telekommunikációs fejlődés korábbi szakaszaiban is tapasztalható volt (DANIELS, P.W. 1991) telekommunikációs kommunikációs szertor, amelynek részletesebb elemzésére e tanulmány keretében vállalkoztunk.

### **A kutatás szakaszai, adatbázisa és módszerei**

A téma vizsgálatára „A budapesti agglomeráció távközlési földrajza”, valamint „A mobilkommunikációs szolgáltatások fejlődésének földrajzi sajátosságai Magyarországon” témacímű, OTKA által finanszírozott, 1999 és 2006 között művelt alapkutatások kiegészítéseként 2007 és 2009 között két kutatási fázisban került sor.

Az első vizsgálati szakaszban a Magyarországon működő mobilszolgáltató cégek által kínált hardver szolgáltatások térszerkezetének feltárását végeztük el. Ennek során egyrészt feltérképeztük és értékeltük a mobiltelefonok működéséhez nélkülözhetetlen feltöltő- és SIM-kártyák értékesítési helyeit a mobilcégek által rendelkezésre bocsátott 2001. és 2007. évi adatbázisok összehasonlításával. Másrészt területi-települési szempontú elemzést végeztünk a mobiltelefon használathoz kötődő, kereskedelmi jellegű szolgáltatások (márkaboltok, készülékjavítás, alkatrész-árusítás, programcsomag értékesítés, számla kiegyenlítés stb.) hálózati rendszereire vonatkozóan a 2009. évi üzlet-hálózati adatok alapján.

A második kutatási fázisban a vizsgálatok a három mobilszolgáltató üzlethálózatában érvényesülő térszerkezeti anomáliák feltárására irányultak,

amely különbségeket Pest megye, azon belül is elsősorban a budapesti agglomerációs övezet példáján lehetett a legjobban szemléltetni.

A kutatás statisztikai adatbázisának összeállításához az információkat az egyes mobilszolgáltató cégek honlapjain közzétett vállalati statisztikák, a nyilvánosan hozzáférhető üzlethálózati adatsorok, továbbá az értékesítési pontokra, márkaszervizekre vonatkozó lakossági tájékoztató oldalakon található adatok biztosították.

A feladat elvégzéséhez kutatási módszerként az ún. *penetrációs index* (PEX) számítást választottuk (TINER T. 2010), amelynek lényege annak meghatározása, hogy a különböző méretkategóriákba eső települések hány százalékában van jelen legalább egy üzlettel valamelyik a három hazai mobilszolgáltató cég közül.

### A telephelyválasztás befolyásoló tényezői

A kutatás megkezdése előtt tisztában kell lenni a kereskedelmi létesítmények leendő helyszínének kiválasztási kritériumaival. Részletesen meg kell vizsgálni tehát mindazon tényezőket, amelyek befolyással vannak a leendő létesítmény működésére. A nagy méretű kereskedelmi létesítmények esetében a fő tényezőcsoportok közül egyaránt figyelembe kell venni a természeti-környezeti elemek, valamint társadalmi-gazdasági tényezők sokaságát (az engedélyezési eljáráshoz kapcsolódó államigazgatási-közigazgatási, településhálózati, népességi, valamint az ágazati gazdasági, infrastrukturális, beruházási-pénzügyi, humánkönyezeti-szociológiai stb. tényezők) (TINER T. 1996; SCHWEITZER F.–TINER T. szerk. 1998).

Ezzel szemben a kisebb méretű kiskereskedelmi egységek (szakboltok, vásárlói kontakthelyek) esetében az elemzéseknek elsősorban a piaci vonzáskörzet méretének van elsődleges szerepe annak eldöntésében, hogy egy adott helyszín alkalmas-e egy különféle mobil eszközöket, ill. hardver-szolgáltatásokat kínáló üzlet telepítésére.

Még a telepítési döntés előkészítési szakaszban kell tehát megvizsgálni, hogy a létesítendő kereskedelmi objektum telephely-választását elősegítő tényezők közül hány van jelen az adott településen. Ilyen pozitív faktoroknak tekinthető:

- a megfelelő településméret (nagy lakosságszám),
- a kiterjedt vásárlói vonzáskörzet (széles fogyasztópiac),
- a magas fajlagos lakossági jövedelmek (vásárlóerő),
- a jó közlekedési elérhetőség (kedvező forgalmi fekvés).

Figyelembe veendő továbbá olyan további speciális adottságok, mint az idegenforgalmi központ szerep (szezonális fogyasztás), a tranzithelyzet, vagy a határ menti fekvés (bevásárló turizmus). Természetesen számolni kell a

telepítés ellen ható településszerkezeti, gazdasági-társadalmi, ill. adminisztratív akadályokkal. Ilyenek lehetnek többek között a leendő mobilszaküzletnek a helyi forgalmi tengelytől való kedvezőtlenül nagy távolsága; a túlságosan erős helyi vagy régióbeli versenytársak jelenléte. E negatívumok közé sorolható az a vásárlói szokás is, amikor a helyi lakosság túlnyomó része mobiltelefonhoz kapcsolódó hardver-termékeknek nem helyben, hanem a közeli nagyvárosban szerzi be. Amennyiben a fenti tényezők számottevő mértékben nem fordulnak elő a tervezett telepítési helyszínt illetően, akkor a telepítést elősegítő pozitív tényezők fajtáit és jelenlétük mértékét kell számításba venni.

Mindenekelőtt ilyen pozitív tényezőknek kell tekinteni a leendő kereskedelmi létesítmény potenciális vonzáskörzetében élő lakónépesség számát, gazdasági aktivitásának mértékét és fajlagos jövedelmi mutatóit. Ugyancsak sokat nyom a latban magának a mobiltelefon-szaküzletnek helyet adó település fejlődési pályája, prosperitásának gazdasági és helyi társadalmi alapjai, amelyek jól tükröződnek a településfejlesztésben és rendezésben addig elért és szemmel látható eredményekben.

## Vizsgálati eredmények

### *A mobilkommunikációs hardvereszközök értékesítésének területi anomáliái*

A feltöltő- és SIM-kártyák értékesítési hálózatának több területi szintre (országos, regionális, megyei) kiterjedő elemzéséből kapott eredmények figyelemre méltó területi és települési egyenlőtlenségekre hívták fel a figyelmet:

– 2007-ben a közel 3150 tagú hazai településállomány 75%-ban folyt mobiltelefonhoz való feltöltőkártya értékesítés. A maradék 25% (728 település) kivétel nélkül község volt, döntő hányaduk 1000 lakos alatti, erősen hiányos alapellátású aprófalu.

– A feltöltőkártya árusító helyek megyénkénti aránya követi a településhálózat hierarchiáját, ami azt jelenti, hogy a legalacsonyabb értékek Dél- és Nyugat-Dunántúl megyéire adódtak, de kimondottan kedvezőtlenek voltak a Borsod-Abaúj-Zemplén megyére vonatkozó adatok is.

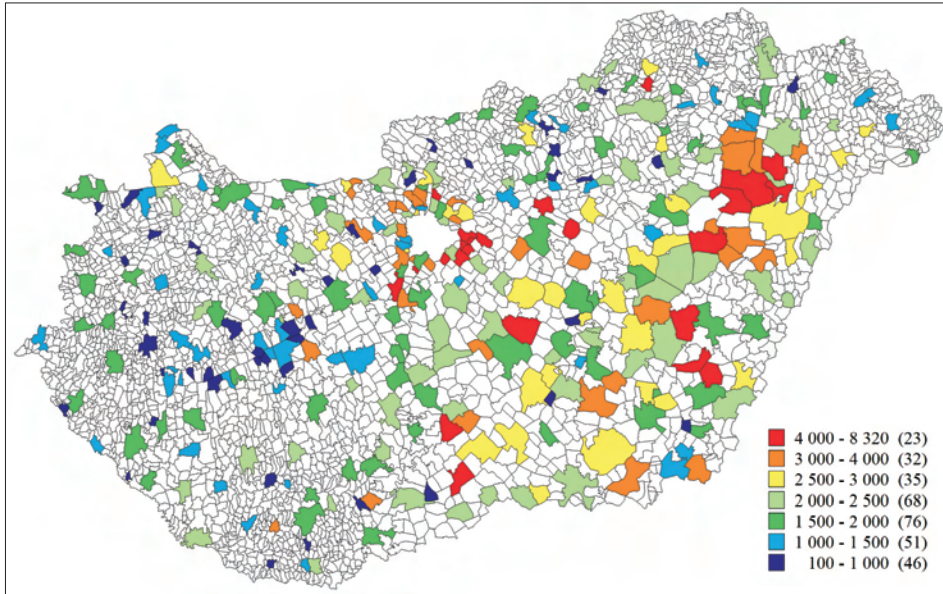
– A mobiltelefon feltöltő kártya nélküli települések 94%-a 5 dunántúli (Baranya, Zala, Vas, Somogy és Veszprém) és egy észak-magyarországi megyében (Borsod-Abaúj-Zemplén) koncentrálódott. E településcsoportok lényegében lefedték aprófalvas térségeinket, a hozzájuk kapcsolódó feltöltőkártya vásárlási igények kis volumenét, ami elsősorban az e térségekben jelenlevő alacsony vásárlóerő folyománya.

– A magasabb szintű szolgáltatások elsősorban a 10 ezer lakosúnál nagyobb városokban vehetők igénybe. (Természetesen ez alól pozitív és negatív kivételek egyaránt vannak.)

– Az üdülőkörzetekben, idegenforgalmi célterületeken néhány ezres lakosságszámú települések (pl. Hévíz) is kínáltak magas minőségű szolgáltatást. Másfelől egyes országhatár menti térségekben, ill. belső perifériákon elhelyezkedő területeken több, 10 ezer főt meghaladó lélekszámú város (Sátoraljaújhely – 17 ezer fő, Edelény – 12 ezer fő) lakossága még 2007-ben sem férhetett hozzá a mobilhasználathoz kapcsolódó magasabb szintű kereskedelmi szolgáltatásokhoz. Hasonló volt a helyzet a budapesti agglomeráció néhány, 10 ezernél több lakosú kisvárosával, ill. településével (Budakeszi, Pomáz, Pécel), amelyek lakossága régóta a fővárosban elégíti ki magasabb szintű mobilszolgáltatások iránti igényeit.

A fajlagos mutató (lakos/árusítóhely) az Alföld nagyobb városaiban, valamint a budapesti agglomeráció több településén érte el a legmagasabb értékeket. Mindez azt jelzi, hogy 2007-ben e településekben viszonylag kevés feltöltő-kártya árusító hely volt a mobillal rendelkező helyi lakosok létszámához képest. E téren Nyugat- és Közép-Dunántúl városai lényegesen jobb helyzetben voltak, mivel ott harmad-, ill. negyedannyi lakos jutott egy feltöltőkártya árusító helyre, mint Kelet-Magyarországon. A leírtakat bizonyítják a T-Mobile Domino feltöltőkártyáinak (DFK) árusítói hálózatára vonatkozó fajlagos adatok (1. ábra).

A részben a hardverekhez kapcsolódó szolgáltatások területi terjedésére jó példa Pest megye, ahogy a legnagyobb előfizetői körrel rendelkező



1. ábra. Egy Dominó feltöltő kártya árusítóhelyre jutó lakosok száma a városokban, 2007

T-Mobile szolgáltató cég Domino-kártya értékesítési helyeinek 2001. évi és 2007. évi térszerkezetét hasonlítottuk össze. (2001-ben a jelenlegi T-Mobile még Westel néven működött.) A vizsgálatból kitűnt, hogy miközben 2001-ben még csupán a megye 49 településében (az összes település 27%-ában) volt értékesítési hely, addig hat évvel később már a települések 98%-ában volt biztosítva az ilyen kártya beszerzési lehetősége. Hat év alatt közel megháromszorozódott a megyében az elárúsítóhelyek száma. 2001-ben még csak 143 helyszínen, 2007-ben pedig már 419 helyen lehetett Domino-kártyát vásárolni a megyén belül. Ennek magyarázata, hogy a korábbi fő kártya-értékesítő helyeken (bevásárlóközpontok, hipermarketek, benzinkutak, posták) kívül a cég bevonta a kártya-eladásokba az egyes településeken jelenlevő hírlap-kereskedelmi objektumokat (újságárusok, trafikok) is.

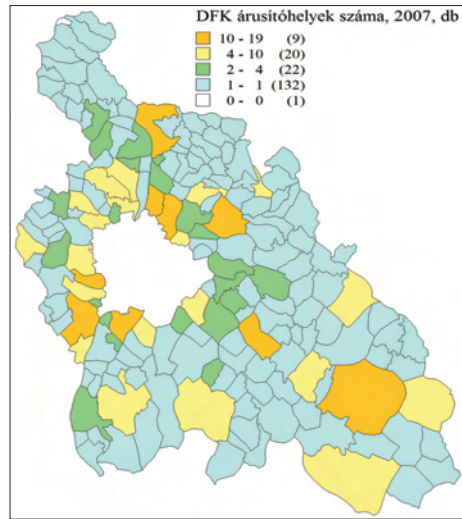
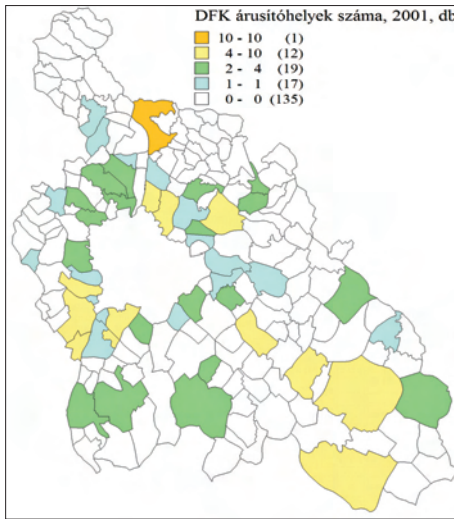
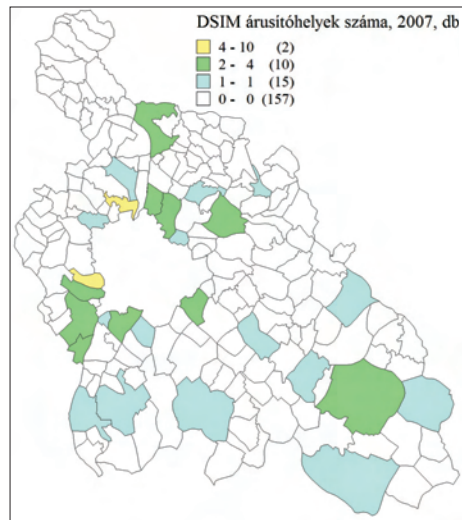
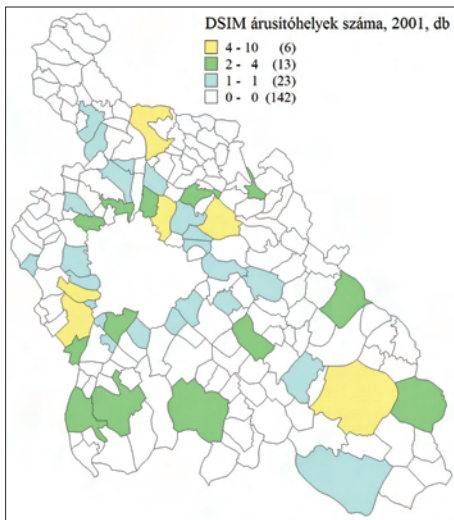
A vizsgált hat év alatt jelentősen átalakult a T-Mobile (2001-ben még Westel) cég kártyaértékesítő kereskedelmi stratégiája. Ez a stratégia a haza megyék közül a legtöbb értékesítő hellyel rendelkező Pest megye esetében abban nyilvánult meg, hogy 2007-re a 2001. évinek a 38%-ára csökkent a SIM-kártyát is kínáló Domino-kártya árusító helyek száma, miközben a feltöltőkártyák (DFK) értékesítő helyek mennyisége közel megháromszorozódott (2. ábra).

A változás elsődleges oka, hogy SIM kártyák vásárlása iránti igény sokkal ritkább, mint a rendszeres feltöltést igénylő kártyás telefonok által generált feltöltőkártya kereslet, emiatt inkább az utóbbiak elárúsítóhelyeinek számát volt érdemes látványosan gyarapítani. Ugyanakkor a főként nagyobb lélekszámú városokba koncentrálódó, teljes körű mobilszolgáltatásokat kínáló objektumok 30 tagból álló hálózata már az ezredfordulóra kialakult, ami 2007-ben is szinte változatlan térszerkezeti formában volt jelen a megyében.

A mobilforgalomból való részesedését tekintve a hazai piaci rangsor harmadik helyén álló Vodafone 2007-ben Pest megyének csupán 21 településén volt jelen értékesítési egységekkel, ami jóval szerényebb arány, mint a T-Mobile esetében. Az angol mobilszolgáltató multinacionális cég csupán 6 Pest megyei városban volt képes fenntartani 2–2 üzletet, miközben a T-Mobile-nak 14 ilyen települése van, vagyis a vizsgálat időpontjában a megye 49 városában 2-től 14-ig (Érd) terjedő elárúsítóhelyen kínálta kártyaértékesítő szolgáltatásait, ami jelentős előny például a Vodafone-nal szemben.

A vizsgálat adatbázisát a T-Mobile, a Telenor és a Vodafone teljes hazai vidéki szaküzlet-állománya (2009 végén összesen 632 üzlet az 5000 főt meghaladó lakosságú településeken). Az 5000 főnél kevesebb lakosságú településekről hiányoztak az ilyen üzletek. (Kivétel ez alól a 4400 lakosú Hévíz, ahol a T-Mobile tart fenn egy szaküzletet.)

A kutatást 4 vizsgálati szinten végeztük el: ebből két országos (településállomány, ill. mobilszolgáltató cég) szintű, továbbá egy regionális (6 NUTS2 régió és Pest megye) szintű, valamint egy agglomerációs övezet szintű elemzésre került sor.



2. ábra. A T-Mobile SIM és Domino-kártyák árusítók helyeinek mennyiségi változása Pest megyében 2001–2007 között

A településméret és az üzletszám közötti összefüggéseket feltáró országos szintű vizsgálat megállapította, hogy a 20 ezer lakosúnál nagyobb városok mindegyikében képviselteti magát szaküzlettel mobilszolgáltató, azaz e városok PEX értéke kivétel nélkül 100%. A változó településméret viszont e város csoporton belül is olyan differenciáló tényező, amely komoly mértékben befolyásolja az egyes mobilszolgáltató cégek által fenntartott szaküzletok számát, azaz:

- az 50 ezer lakosúnál nagyobb 20 vidéki városunk mindegyikében a hazai mobilszolgáltatók 2 vagy több saját üzletet tartottak fenn.
- a 25–50 ezer lakosú városokban (számuk 26) mindhárom szolgáltató jelen volt legalább 1–1 üzlettel.
- a 20–25 ezer fős városok (belőlük 16 van) mindegyikében volt legalább 1 mobilszolgáltató cégnek üzlete.

A kisebb méretű településekre vonatkozó PEX értékek megállapítása céljából az üzletállomány településhálózati elhelyezkedése alapján 4 méretkategóriába volt indokolt besorolni a 20 ezer lakosúnál kisebb településeket. Összesen 220 magyarországi település került ebbe a 4 kategóriába. Körükben a PEX értékek erős differenciálódása volt megfigyelhető. Különösen nagy volt a mutató értékének visszaesése a 10–15 ezres kategóriához képest a 7–10 ezer lakosú települések esetében. A 7 ezernél kevesebb lakosú települések között már csak minden tizedikben tart fenn valamelyik mobilszolgáltató szaküzletet (1. táblázat).

Érdekes eredményeket hozott az egyes mobilszolgáltató cégekre vonatkozóan elvégzett országos szintű vizsgálat, ahol a különböző településkategóriák PEX értékei figyelemre méltó eltéréseket tükröztek az egyes mobilcégek hálózatfejlesztési stratégiáinak települési irányait illetően (2. táblázat).

Látható, hogy a táblázaton belüli két legnagyobb lakosságszámú településkategória településeinek (városainak) több mint háromnegyedében mindhárom mobilszolgáltató üzlettel képviselteti magát. Különbőség annyiban

1. táblázat. PEX értékek az 5–20 ezres lakosú településállomány egyes kategóriáiban, 2009

Településméret, 1000 fő	Települések száma	Üzlettel rendelkező település	PEX érték %
15–20	29	26	89,7
10–15	53	38	71,7
7–10	56	24	42,9
5–7	82	9	11,0

*Forrás:* A mobilszolgáltatók üzletállománya alapján a szerző számításai

2. táblázat. A mobilszolgáltató cégek saját üzleteire vonatkozó PEX értékek az 5–25 ezres lakosú településállomány kategóriáiban, 2009

Településméret 1000 fő	Települések száma	T-Mobile	Telenor	Vodafone	Ország
		PEX, %			
20–25	14	85,7	92,9	93,9	100,0
15–20	29	79,3	79,8	72,4	89,7
10–15	53	56,6	54,7	53,8	71,7
7–10	56	35,1	19,3	19,3	42,9
5–7	82	8,6	5,2	2,5	11,0

*Forrás:* A mobilszolgáltatók üzletállománya alapján a szerző számításai

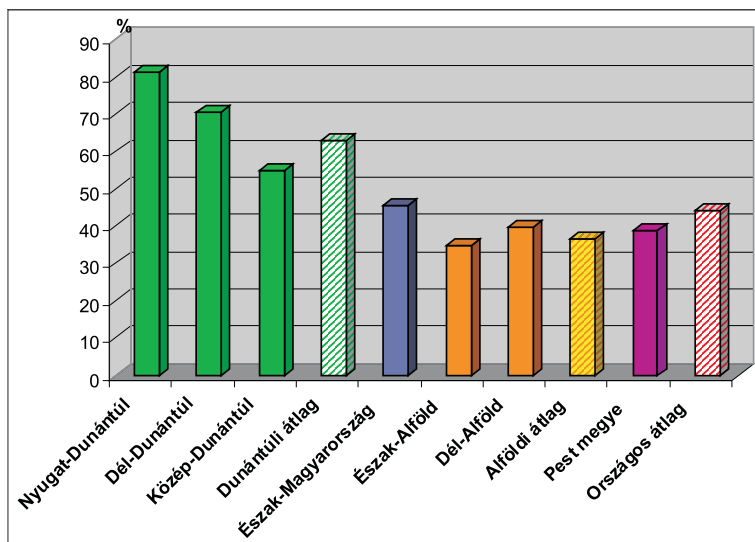
jelentkezik, hogy a 20–25 ezres városokban a Vodafone és a Telenor, a 15–20 ezres településeken viszont a T-Mobile és a Telenor van jelen a legtöbb üzlettel.

Kiegyensúlyozott arányban képviseltetik magukat saját üzleteikkel a mobilszolgáltatók a 10–15 ezer fős településein. Viszont úgy tűnik, hogy az ennél kisebb településeken való szaküzlet fenntartás már csak az egykori vezetékes távközlési múlttal rendelkező T-Mobile számára fontos cél. A norvég Telenor és az angol Vodafone számára az alsó két településkategóriában már csak kevés olyan település van, ahol érdemes fenntartani saját szaküzletet.

Az 5–20 ezer lakosú települések csoportjára adódó PEX értékeket NUTS2 régióként kiszámítva jelentős regionális különbségek mutathatók ki az ország egyes régiói között. A differenciák egy nyugat-keleti lejtő kialakulását bizonyítják (3. ábra).

Az 5–20 ezres települések állományát tekintve mobilszaküzletekkel a legnagyobb arányban a Nyugat-Dunántúl települései rendelkeznek (PEX: 81,2%), de a Dunántúl 3 régiójára adódó átlagérték (PEX: 62,8) is lényegesen magasabb a többi 4 régió értékeihez képest. A legalacsonyabb mutatójú Észak-Alföld régió értéke (PEX: 34,6%) nem éri el a Nyugat-Dunántúlra adódó érték felét sem. Feltűnően alacsony a Közép-Magyarország régió részét képező Pest megye értéke (PEX: 38,8%), amely csak kis mértékben múlja felül az alföldi átlagot (PEX: 36,7%)

A régió szintű különbségek magyarázata: mobilüzlet-hálózat bővítésekor a szolgáltatók az 5–20 ezer lakosú településeknél nem a lakónépesség számát, hanem az adott település, ill. az általa kiszolgált kistérség mobiltelefon-előfizető-



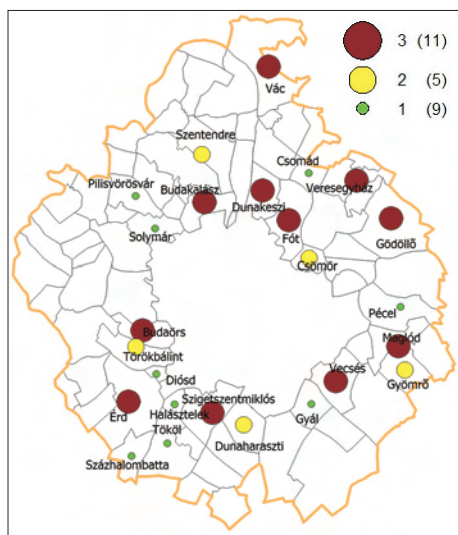
3. ábra. PEX-átlagértékek a régiók szintjén az 5–20 ezer lakosú településekre, 2009

inek a számát veszik figyelembe. Ez az előfizetői szám az átlagosnál kedvezőbb jövedelmű lakossággal rendelkező települések, kistérségek esetében korrelál a népességszámmal. Mindebből levonható az a következtetés, hogy egy mobiltelefon-üzlet megnyitásának feltétele egy bizonyos előfizetői szám elérése.

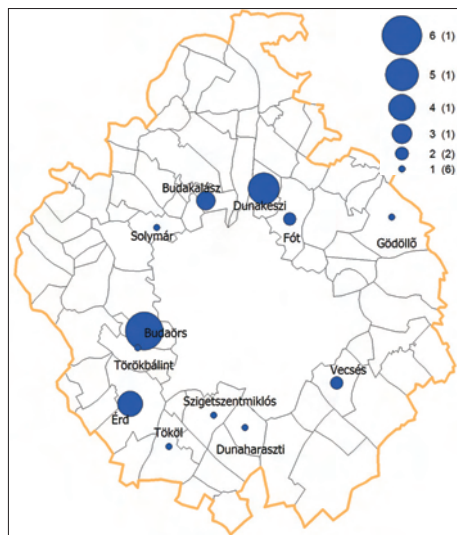
### A mobiltelefon szaküzletek terjedési jellemzői az agglomerációs övezet településeiben

Megvizsgálva a fenti megállapítás alól kivételt jelentő Pest megye esetét, látható, hogy az ország legnépesebb megyéjének 5000 főt meghaladó lakosú településeiben – és ez igaz a főváros agglomerációs övezetének jó néhány településére is – a fizetőképes lakosság nagy hányada a fővárosban vagy annak szomszédságában dolgozik, ebből eredően általában budapesti mobilszaküzleteket keres fel. Emiatt a mobilszolgáltatók csak a viszonylag nagy lakosság-számú agglomerációs városokban működtetnek szaküzletet (4. ábra).

Az ábra szerint minden mobilszolgáltató igyekszik saját üzlettel jelen lenni az övezet egyes szektoraiban. A fővárossal szomszédos nagyobb településeken mindhárman üzemeltetnek szaküzletet, a kisebb településeken csak egyiküknek vagy legfeljebb kettőjüknek van szakboltja. Egyedül a Telenor üzemeltet szaküzlete Pécelen, Gyálon, Diósdon és Pilisvörösváron. A



4. ábra. A mobilszolgáltatók szaküzleteinek jelenléti foka az agglomerációs övezet településeiben, 2009.



5. ábra. A mobilszolgáltató üzletek jelenléte az agglomerációs övezet hipermarketjeiben, 2009.

Vodafone az „egyeduralkodó” Csomádon, Tökölön és Százhalombattán. Csak két olyan település van az övezetben (Halásztelek és Solymár), ahol kizárólag a T-Mobile tart fenn szakboltot.

2009-ben az agglomerációs övezet 75 mobilszaküzletének 35%-a hipermarketekben (Tesco, Auchan, Cora) koncentrálódott. Például Budaörsön működő 7 mobilszaküzlet közül 6 hipermarketekben volt, a Budakalászon található 5 üzlet mindegyike ilyen mega-áruházakban várta a vásárlókat (5. ábra).

Meglehetősen magas a nagyobb agglomerációs települések hipermarketekben nyitott mobilszaküzletek települési koncentrációja: kétharmaduk városi (budaörsi, érdi, dunakeszi és budakalászi) megaboltokban működik. Megerősítik a hipermarketek városi koncentrációjára utaló tapasztalatot Pest megye és az agglomerációs övezet 7–20 ezer fős népességű településeinek méretkategóriánként kiszámított PEX értékei (3 táblázat).

3. táblázat. PEX értékek Pest megye és a budapesti agglomeráció 7–20 ezres\* lakosú településállományának egyes méretkategóriáiban, 2009

Településméret, 1000 fő	Pest megye	Agglomerációs övezet
	PEX, %	
15–20	70,0	66,7
10–15	57,1	58,3
7–10	46,1	44,3

\* 7000 főnél kevesebb lakosú településeken nincs mobilszaküzlet Pest megyében.

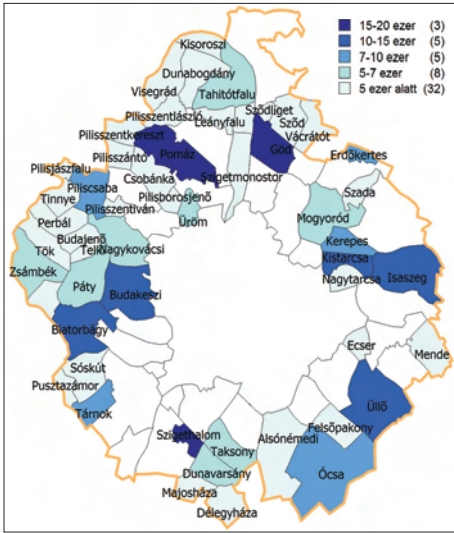
Forrás: A mobilszolgáltatók üzletállománya alapján a szerző számításai

A táblázatból látható, hogy az agglomerációs övezet PEX értékei a három kategória közül kettőben elmaradnak a megyei értékektől, noha a mobiltelefon-előfizetők fajlagos száma (a mobilszolgáltatók becslése szerint) lényegesen magasabb az övezet településeiben, mint Pest megye agglomeráción kívüli településein.

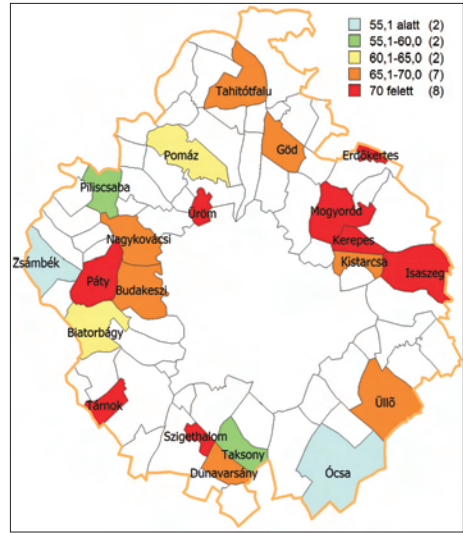
Indokolatlanul soknak tűnik azoknak az 5000 főt meghaladó népességű agglomerációs településeknek a száma (összesen 21), ahol egyik mobilszolgáltató sem tervezi saját szaküzlet nyitását. Akkora méretű települések is vannak közöttük, mint a 15 ezer fölötti lakosságú Pomáz, Göd és Szigethalom, vagy 10 ezer lelket meghaladó népességű Budakalász, Biatorbágy, Isaszeg, Kistarcsa és Üllő (6. ábra).

Az agglomerációs övezeten belül 8 olyan település van, ahol a 10 ezer főt meghaladó lakónépességet figyelembe véve valószínűleg üzleti szempontból is kifizetődő lenne mobilszaküzlet üzemeltetése. Különösen indokolt lenne az üzletnyitás a három 15 ezernél nagyobb népességű Pomázon, Gödön és Szigethalmon.

Bár e települések jelentős részének aktív munkavállalóiból évtizedek óta 60% fölött van a napi ingázóként Budapesten dolgozók aránya (7. ábra) akik vásárlási előfizetési vagy készülékjavítási célból fővárosi szaküzletet



6. ábra. A mobilszaküzettel nem rendelkező települések az agglomerációs övezetben, 2009.



7. ábra. Jelentős arányú ingázó népességgel rendelkező, mobilszaküzlet nélküli települések az agglomerációs övezetben, 2009.

keresnek fel, ám a helyben élő mobiltelefon használók (helyi munkavállalók, iskolások, GYED-en, GYES-en levők, nyugdíjasok stb.) képviselnek akkora vásárlóerőt, hogy a 10 ezer főnél nagyobb településekben helyben is rentábilis legyen fenntartania valamelyik mobilszolgáltatónak egy szaküzletet.

Figyelembe véve azt a tényt, hogy 1990 után Budapest és agglomerációs övezete közel másfél évtizeden át a hazai mobilszolgáltató cégek számára kiemelt fejlesztési térség volt (ami pl. már 2007-re 100%-os szélessávú lefedettséget eredményezett), elfogadhatatlan, hogy az övezeten belül az 5–20 ezer lakosú települések közel felében még 2009-ben sem volt mobilszaküzlet. Emiatt több mint 200 ezer lakos csak a fővárosban vagy más agglomerációs településen veheti igénybe az említett szolgáltatásokat.

## Összegzés

A 2007–2009 között elvégzett vizsgálatok során bebizonyosodott, hogy Magyarországon a mobiltelefonok feltöltő kártyáinak értékesítési hálózata megfelelő gyorsasággal volt képes követni a maroktelefonok számának robbanásszerű emelkedését. A feltöltő kártya árusító helyek térbeli koncentrációja

a településhálózat hierarchiájának megfelelően alakult, ami azt jelzi, hogy a városi hiányos, aprófalvas régiókban volt a kártyaárúsító boltokból a legkevesebb, szemben a nagyvárosokkal, ill. azok agglomerációs övezeteivel, ahol az ilyen szaküzletek sűrűsége a legnagyobb értékeket érte el.

A mobiltelefon feltöltő kártya nélküli települések csoportjai lényegében lefedték aprófalvas térségeinket, a hozzájuk kapcsolódó feltöltő kártya vásárlási igények kis volumenét, ami elsősorban az e térségekben jelenlevő alacsony vásárlóerő folyománya. E jelenséggel párhuzamosan az is bebizonyosodott, hogy a magasabb szintű szolgáltatások elsősorban a 10 ezer lakosúnál nagyobb városokban vehetők igénybe

Ám az is megfigyelhető volt, hogy e téren nem csupán a nagyvárosok, hanem a speciális adottságokkal rendelkező települések helyzete is kedvezőbb az átlagosnál. Az üdülőkörzetekben például néhány ezres lakosságú települések is kínáltak magas minőségű szolgáltatást. Másfelől az országhatár menti térségek döntő hányadán és az ún. belső perifériákon elhelyezkedő területeken több olyan kisváros is volt, amelyek lakossága még 2007-ben sem vehette igénybe a mobilhasználathoz kapcsolódó magasabb szintű kereskedelmi szolgáltatásokat.

Sajátos helyzet tapasztalható a főváros agglomerációs zónájában elhelyezkedő települések mobil-szaküzlettel való ellátottsága terén. A hazai mobilszolgáltatók ugyanis nem nyitnak üzletet számos, viszonylag nagy lakosságszámú településen abból a megfontolásból, hogy azok mobiltelefonnal rendelkező lakosai főként Budapesten veszik igénybe a mobilszaküzletek szolgáltatásait. E hálózatfejlesztési stratégia viszont üzleti szempontból is indokolatlanul kedvezőtlené teszi számos nagyobb agglomerációs településen a mobiltelefonokhoz kötődő szolgáltatások igénybevételhez való hozzáférést.

## IRODALOM

- DANIELS, P.W. 1991. Service sector restructuring and metropolitan development: processes and prospects. – In: DANIELS, P.W. ed.: Services and Metropolitan Development: International Perspectives. Routledge, London, 1–25.
- ERDŐSI F.–TINER T. 2012. A Kárpát-medence közlekedése és távközlése. – In: DÖVÉNYI Z. szerk.: A Kárpát-medence földrajza. Kossuth Kiadó, Budapest, 647–694.
- KANALAS I. 2003. Az információs fejlettség területi különbségei Magyarországon. – eVilág 2. 10. 8–11.
- NAGY G. 2002. Területi különbségek az információs korszak küszöbén. Mit mérünk és hogyan? Területi Statisztika 42. 1. 3–25.
- NAGY G.–KANALAS I. 2003. Távközlési infrastruktúra, hálózatok, szolgáltatások – In: NAGY G.–KANALAS I. szerk.: Régiók az információs társadalomban. MTA RKK ATI, Kecskemét, 8–36.
- SCHWEITZER, F.–TINER, T. 1998. The role of geography in site selections. – In: BASSA, L.–KERTÉSZ, Á. eds.: Windows on Hungarian Geography. GRI HAS, Budapest, 71–84.

- TINER T. 1996. Nagylétesítmények telephely-kiválasztásának gazdaság- és társadalom-földrajzi feltételei. – In: SCHWEITZER F.–TINER T. szerk.: Nagyberuházások és veszélyes hulladékok telephely-kiválasztásának földrajzi feltételrendszere. MTA FKI Budapest, 89–125.
- TINER T. 2001. A budapesti agglomeráció távközlési térszerkezete.– Földrajzi Értesítő 50. 1–4. 237–253.
- TINER, T. 2003. Towards a mobile information society: regional disparities in Hungary. – In: VAISHAR, A.–ZAPLETALOVA, J.–MUNZAR, J. eds.: Regional geography and its application. Papers for the CONGEO 03. Brno, 169–177.
- TINER T. 2004. A hazai mobiltelefonია területi terjedésének néhány sajátossága. – Földrajzi Értesítő 53. 3–4. 237–246.
- TINER T. 2010. Kereskedelmi nagylétesítmények telephelyválasztási kritériumai Magyarországon. – In: SIKOS T.T. szerk.: Fenntartható fogyasztás és növekedés határai: új trendek a kereskedelemben. Selye János Egyetem, Révkomárom, 69–86.
- VASS E. 2006. Ötven éves a mobiltelefon rendszer. – Computerworld 10. 18–27.

## **Tudásmenedzsment jellemzők a szlovák–magyar határtérségben**

TÓBIÁS KOSÁR SILVIA<sup>1</sup>

### **Knowledge management characteristics in the Slovak-Hungarian border region**

Besides the extensive growth of science and information technology in the 20<sup>th</sup> century, a reorganization of the factors of production and management techniques is experienced. Individual and later collective knowledge conquered more and more space in the lives of the organizations. The company's executives got aware that the power of knowledge is in the hands of individuals. In order to transform the knowledge into organizational knowledge even more methods began to develop. Today the key issue of effectiveness in the organizations is the creation and sharing of knowledge among employees, teams and organizations. In order to explore specific characteristics of knowledge, we are dealing in detail with the definitions of knowledge and knowledge management. After processing the relevant literature we began to identify the characteristics of knowledge management, so a questionnaire survey was carried out and the main results are presented in this work.

**Keywords:** knowledge, knowledge management, knowledge transfer, TM models

### **Bevezetés**

A 21. sz. elején megjelenő, tudással foglalkozó új paradigmánk nem csak az elméletben, hanem a gyakorlatban is előtérbe kerültek. Ezek közé tartozik Boisot meghatározása is, amely alapján olyan gazdasági rendszerek kialakulása felé halad a piac fejlődése, amelyekben az információ, a tudás nem csak a csere külső támogató eszközének tekinthető, hanem inkább annak közép-pontjában helyezkedik el (BAKACSI Gy. *et al.* 2000).

A gazdasági fejlődés fő irányvonala a tudás-intenzív ágazatok növekedése. A globalizációnak, az Európai Unión belül kialakult egységes piacnak, valamint a gyors változásoknak a következményeként az egyének és vállalatok

---

<sup>1</sup> PhDr, Selye János Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Menedzsment Tanszék, Komárno. PhD-hallgató, Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula GTK, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr

szaktudása és képessége rövid élettartamú erőforrássá alakul át. Az egyének, csoportok, szervezetek, régiók és országok teljesítményét a tanuláshoz és az új gazdasági és társadalmi feltételekhez való alkalmazkodás képessége határozza meg (MAKÓ Cs. *et al.* 2008).

A tudás mint termelési tényező felértékelődésével párhuzamosan a szervezetnek magának, valamint a menedzsmentnek is gondoskodnia kell arról, hogy a vállalatban lévő tudásbázis értékét folyamatosan megőrizze és fenntartsa. Minél nagyobb értéke van egy tudásnak, minél nehezebben hozzáférhető, minél gyorsabban elavul, annál nagyobb a jelentősége a szervezet versenyképességében (BENCSEK A. 2009).

### **A tudás és a szervezeti versenyképesség**

A tudás fogalmának meghatározása nem egyszerű feladat. Többféle megközelítés létezik, kutatásával pedig több tudományterület foglalkozik. Jelenthet információt, tudatosságot, megértést, megismerést, hozzáértést, bölcsességet, felfogást, tapasztalatot stb. (SVEIBY, K.E. 2001). A tudás tőke jellegű megfogalmazása több tudományterületben megtalálható. Egyes értelmezések szerint a vállalati vagydon része, mások szerint a humántőke és a tudástőke egyéni, személyes tulajdon részei (LAKATOS GY. 2005).

A szervezetben jelenlévő tudás DAVENPORT és PRUSAK szerint a „körülhatárolt tapasztalatok, értékek és kontextuális információk heterogén és folyton változó keveréke; szakértelem, amely keretet ad új tapasztalatok, információk elbírálásához és elsajátításához, s a tudással rendelkezik, elméjében keletkezik és hasznosul. A vállalatok nemcsak dokumentumokban és leltárakban őrzik azt, hanem a szervezeti rutin részeként, az eljárásokban, gyakorlati tevékenységekben és normákban beágyazódva is jelen van” (DAVENPORT, T.H.–PRUSAK, L. 2001).

Klasszikus modellek alapján a vállalat termékeinek és szolgáltatásainak versenyképességét három tényező határozza meg, mégpedig a magas minőség, az alacsony ár, valamint a hozzáférhetőség.

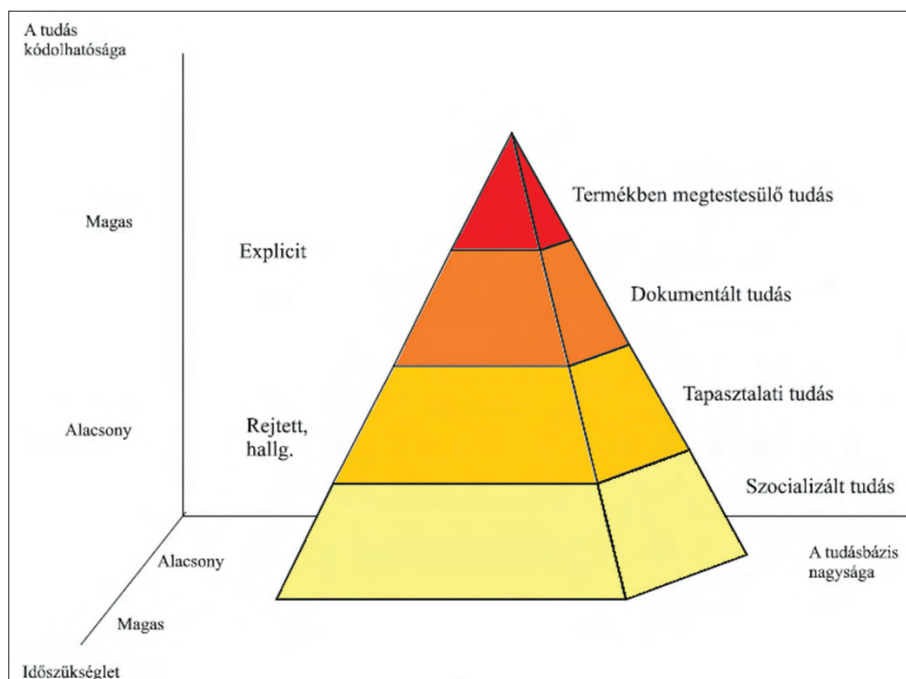
Napjainkban a versenyképesség tényezői átstrukturálódtak a műszaki és gazdasági fejlődés felgyorsulásának, valamint a piac globalizációjának és változó igényeinek hatására. A vállalatnak a nagyobb versenylőny, jobb versenyképesség elérése érdekében több lehetőség közül ki kell választania a számára legmegfelelőbb stratégiát. A menedzsment ezt a kérdést két ismérvcsoport megvizsgálása alapján dönti el. Az első csoportba a vállalat képességei, erőforrásai sorolhatók.

A másik tényező a szervezet vezetésének értékrendje, filozófiája, tudása és szemlélete (CSATH M. 2010). BENCSEK Andrea szerint a tudás akkor válik versenylőnyt jelentő hatalommá a szervezetben, ha sikerül felszínre hozni,

egységesíteni, hozzáférhetővé, továbbá mindenki által ismertté és alkalmazhatóvá tenni (BENCSIK A. 2009).

Boutellier és szerzőtársai a tudás kódolhatóságának alapján elkészítették a versenyképes vállalat tudáspiramisának modelljét (LENGYEL B. 2005). A modell alapját képezi az a megállapítás, amely szerint a szervezet tudásbázisának legnagyobb része hallgatólagos, amelyet minden szervezeti tag részlegesen birtokol, és létrehozásához hozzájárul. Ezek alapján a tudás négyféle tipológiáját alakították ki (1. ábra).

A *szocializált tudás* a vállalatban megtalálható értékek, normák, szabályok – vállalati kultúra összessége. A *tapasztalati tudás* a vállalatban lévő folyamatok, szakértői készségek, képességek, rutinok együttes halmaza. Az első két tudástípusnak hallgatólagos, a következőkben bemutatottaknak pedig explicit jellegük van. A *dokumentált tudás* része minden olyan írásba foglalt tudáselem, amelyhez a hozzáférés a szervezeten belül nem korlátozott. A *termékben megtestesülő tudás* azon technológiák, termékek, szolgáltatások, amelyeket már egészében értékesíteni lehet (LENGYEL B. 2005).



1. ábra. Versenyképes szervezet tudáspiramisa. Forrás: LENGYEL B. 2005, p. 295.

## Tudásmenedzsment a szervezetben

A tudásmenedzsment feladata a szervezeten belüli és kívüli tudás felfedezése, fejlesztése, hasznosítása és áramoltatása egy megfelelő menedzsment feladaton keresztül annak érdekében, hogy megfeleljen a jelenlegi és jövőbeni igényeknek (KANAGASABATHY, K.A. *et al.* 2012).

A tudásmenedzsment hat legalapvetőbb jellemzője (KLIMKÓ G. 2001 szerint):

- A tudás fenntartható, heterogén erőforrás eloszlást eredményez.
- A tudás megváltoztatja a szervezeti döntések erőforrásokra vonatkozó természetét.
- A tudásgazdaságban nő a függőség a vállalat korábban elért pályájától.
- A tudás inkább pozitív, mint negatív visszacsatolást vált ki.
- A tudás megváltoztatja a munka és tulajdon természetét.
- A tudás előtérbe helyezi a szociális kontextust.

A tudásmenedzsment a többi menedzsment-tudományterülethez hasonlóan több részfolyamatból tevődik össze. A körfolyamat belső részéhez tartozik a tudásazonosítás, a tudásszerzés, a tudásteremtés, a tudásmegosztás, a tudásmegőrzés, valamint a tudás felhasználása. A *tudásazonosítás* alatt a vállalatnak fel kell mérnie a szükséges tudás típusát, és meg kell vizsgálnia annak rendelkezésre állását. Ennek alapjául a meglévő adat-, információ- és tudásfolyamatok szolgáltatnak információkat.

A *tudásszerzés* folyamatában az igényeknek megfelelő tudás beszerzése valósul meg toborzással, kapcsolatok kiaknázásával, együttműködéssel vagy egyéb szerzési módszerekkel. A *tudásteremtés* alatt valójában a tudásfejlesztést értjük. Ezen a ponton valósul meg az ismeretek, tényezők, képességek fejlesztése a vállalati versenyelőny javítása érdekében egyéni, csoportos, de szervezeti szinten is.

A *tudásmegosztás* célja az ismeretek, információk többszörözése különböző transzferfolyamatok által. Ezek részletesebb elemzésére a következő fejezetben kerül sor. A *tudás* kodifikálásnak, vagyis *megőrzésének* a feladata, hogy a kialakított, átadott és megszerzett tudást állandó jelleggel hozzáférhetővé tegyünk a vállalat alkalmazottjai és további érintettjei számára. A *tudás felhasználása* biztosítja a vállalatban megvalósuló tudásalkalmazás hatékonyságát és eredményességét.

Külső ciklus elemei a *tudásértékelés* és a *tudásmenedzsment* céljainak megfogalmazása. Tudáscélnak nevezzük a szervezet által meghatározott megtartandó és kiépítendő tudáskompetenciákat. A célok megfogalmazása több szinten történhet, lehet ez normatív, stratégiai, de pontosan meghatározott operatív jelleggel is. A szakértők a tudás értékelése során annak vállalatban megvalósuló mérésével foglalkoznak (SÁRDI B. 2007).

## Tudásjellelmzők vizsgálata

Az elméleti körképben leírtak többszörösen igazolják, hogy a tartós versenyelőny alapvető tényezője az ember és a tudás, vagyis az emberek által egyéni, csoport, szervezeti és szervezetek közötti szinten, tudás segítségével létrehozott egyedi, megkülönböztető kompetenciák és képességek. Ezek az ismervek olyan elemek, amelyek nehezen kimutathatóak a szervezet mérlegében, azonban az egyének távozásakor gyakran elveszíti őket a vállalat.

A kutatás főirányát a határ menti területeken a tudásmenedzsment vállalati gyakorlatban alkalmazott ismerveinek felkutatása képezte. A célkitűzésünket elsősorban az indokolja, hogy a szakirodalomban elsősorban esettanulmányok oldaláról való megközelítésekben prezentálják a tudásmenedzsment gyakorlati alkalmazását. Léteznek olyan nemzetközi kutatások, amelyek a lekérdezés eredmények összehasonlító elemzése által leírják különböző országok tudásmenedzsment ismerveit, azonban ezek nagy része Európa és a világ fejlett országainak nagyvállalatait érinti.

Az általunk végzett kutatás főként a kis- és középvállalkozások tapasztalatait és jelenleg alkalmazott módszereit hivatott felmérni Magyarország és Szlovákia határ menti szakaszának egy kijelölt részén. A vizsgálódás időszereőségét mi sem bizonyítja leginkább, hogy a témakörrel kapcsolatos konferenciák, publikációk és vállalati kísérletek száma jelentősen nő.

Megkérdezésünk középpontjában magyarországi és szlovákiai vállalatok álltak. A lekérdezést 2012 áprilisában valósítottuk Szlovákia és Magyarország nyugati határ menti kerületeiben és megyéiben. A lekérdezés célterülete Magyarországon Győr-Moson-Sopron és Komárom-Esztergom megyék, míg Szlovákiában a Dunaszerdahelyi járás (okres Dunajská Streda), Komáromi járás (okres Komárno) és az Érsekújvári járás (okres Nové Zámky). A mintát összesen 360 vállalat alkotja, amelyek egyenlő arányban oszlanak meg Szlovákiában és Magyarországon.

### A kérdőíves lekérdezés mintájának jellemzői

A válaszadók általános jellemzőiből kiderül, hogy a magyarországi mintában szereplők 1,1%-a általános iskolai végzettséggel, 6,7%-uk szakközépiskolai, 4,4%-uk gimnáziumi, 38,9%-uk főiskolai, 44,4%-uk pedig egyetemi végzettséggel rendelkezett.

A válaszadók maradék 4,5%-a az egyéb lehetőséget jelölte be, mivel vagy több diplomával rendelkezik, vagy egyéb képzési rendszerekben szerzett szakmai képesítést. A válaszadók 46,1%-a a vállalat tulajdonosaként töltötte ki a kérdőívet, míg a minta többi eleme IT menedzsment (5,6%), HR menedzsment (15%), marketingmenedzsment (12,2%), valamint stratégia és vezetés

(21,1%) területen dolgozott a szervezetben. A tulajdonosokkal együttesen a minta 62,8%-a felsővezető pozíciót töltött be a vállalkozásokban, 22,8%-a közép szintű, 6,7%-a alsó szintű vezető volt, 7,8%-uk pedig beosztottként dolgozott.

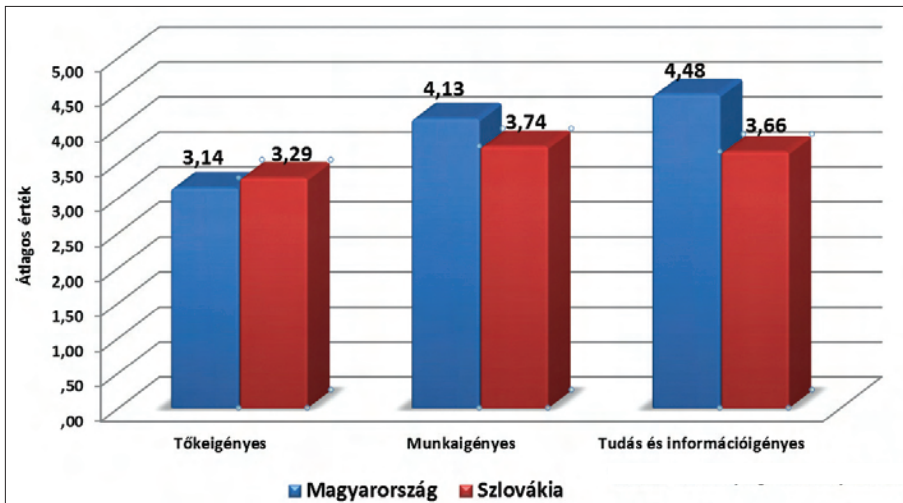
A minta szlovákiai összetételét vizsgálva megállapítható volt, hogy a 180 válaszadó közül 68 volt nő, 112 pedig férfi. A válaszadók 25,6%-a egyetemi végzettséggel rendelkezett, főiskolai végzettsége 18,9%-nak, középfokú képzettsége 52,7%-uknak volt (ezen belül a megkérdezettek 7,2%-a gimnáziumot, 44,4%-a szakközépiskolát, 4,5%-a szakmunkásképzőt végzett). Alapszintű képzettséggel egy vállalkozó rendelkezett. A kitöltők 64,4%-a cégtulajdonos volt, a többi 35,6% a gazdasági szervezeten belül más munkakörben dolgozott (1,1% IT menedzsment, 6,1% HR menedzsment, 11,7% marketing menedzsment, 7,2% stratégia és vezetés, 9,4% egyéb). Beosztott pozícióban csupán a válaszadók 7,2%-a dolgozott, a többiek alsó szintű (1,1%), közép szintű (20,6%), vagy felső szintű vezetőként (71,1%) volt foglalkoztatottja a szervezetnek.

A kérdőíves felmérésben az alapvető statisztikai egységet azon vállalkozások alkották, amelyek vállalkozási engedéllyel rendelkeznek. Magyarországon Győr-Moson-Sopron és Komárom-Esztergom megye, Szlovákiában a Dunaszerdahelyi, a Komáromi és az Érsekújvári járások voltak a lekérdezés területei. A válaszadó gazdasági egységek más-más iparágban működtek.

A vállalatok általános jellemzőit vizsgálva megállapítottuk, hogy a statisztikai mintát alkotó gazdasági egységek legnagyobb hányada mindkét országban nem a közszolgáltatások ágazatában tevékenykedik. Magyarországon a megkérdezettek legnagyobb része az iparban, Szlovákiában pedig a szolgáltatások területén vállalkozik. A megkérdezett vállalatok legnagyobb részarányban mindkét vizsgált ország területén több mint 10 éve vállalkoznak. Kevés azon szervezetek száma, amelyek kevesebb, mint 1 éve tevékenykednek a piacon. A szervezetek jogi forma szerinti bontása tükrözi az országok statisztikai hivatalainak besorolási kategóriáit, mivel a legnagyobb arányban kft-k szerepeltek a mintában.

Az alkalmazottak száma szerinti bontásban Magyarországon a mintát 72 mikro- és 57 kisvállalkozás, 35 középvállalat és 16 nagyvállalat alkotta. Szlovákiában a válaszadókon belül 121 volt mikrovállalkozás, 34 kisvállalkozás, 11 középvállalat és 14 nagyvállalat (2. ábra).

A 2. ábra a válaszadók által jelölt átlagos adatokat szemlélteti. Megfigyelhető, hogy a magyar mintában szereplő szervezetek főként tudás- és információigényesnek vélik tevékenységüket. Ezzel ellentétben a szlovák válaszadók esetében a válaszok között az első helyen a munkaigényes termelés és szolgáltatás állt. Azonban a két átlagérték között nagyon kicsit a különbség. Mindkét ország megkérdezettjei kevésbé tőkeigényesnek vélik vállalkozásukat.

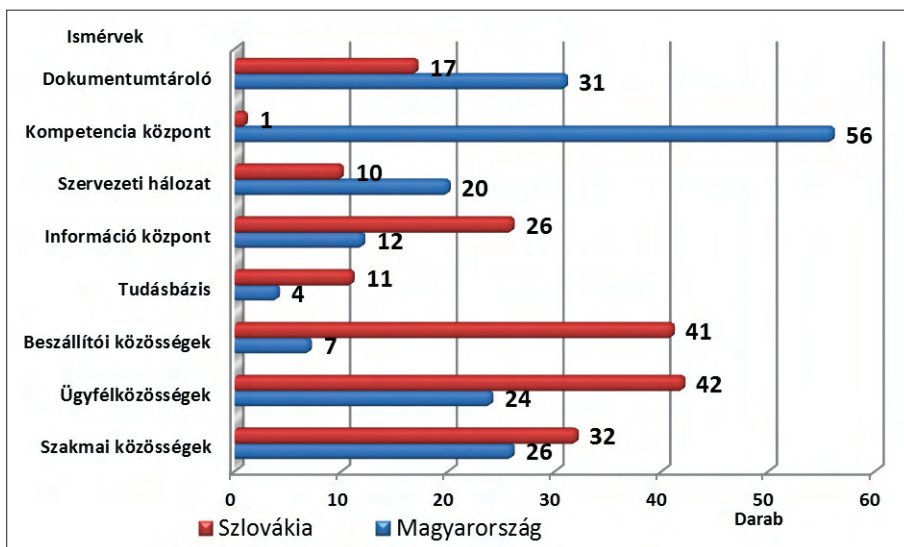


2. ábra. A vállalatok tevékenységének tényezőigényessége. Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves kutatás eredményei alapján

### Tudásmenedzsment jellemzők a határ menti térségben

A tudásmenedzsment gyakorlati sajátosságainak vizsgálatában elsősorban arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a megkérdezett vállalatok stratégiai eszköznek tekintik-e a tudást. A magyarországi válaszadók legnagyobb hányada (88%-a) stratégia eszköznek tartja a tudásmenedzsmentet. A megfelelő tőkével rendelkező nagyvállalatok között vannak azonban olyanok, akik nem tartják jelentősnek, vagy nem tudják felmérni a tudás menedzselésének jelentőségét. Szlovákia esetében is megállapítható, hogy a tudásmenedzsment vállalati stratégiához való hozzájárulásának fontosságát (73,3%) a megkérdezettek elismerik. A nagyvállalatok esetében itt egyértelműen minden válaszadó stratégiai eszköznek jelöli a tudást. A lekérdezés folyamatában tapasztaltuk, hogy sok vállalkozó felismeri a tudás menedzselésének fontosságát, azonban nem rendelkezik megfelelő pénzügyi erőforrással ahhoz, hogy a tudásmenedzsment módszereit adaptálhassa szervezetében. A szervezetek többsége nem tudja meghatározni pontosan, hogy éves összköltségének hány százalékát alkotják a tudásmenedzsmenttel kapcsolatos költségek.

Megvizsgáltuk azt is, hogy a különböző elméleti modellekben szereplő tudásmenedzsment sajátosságok közül melyik van jelen a vállalatoknál, illetve belátható időhorizonton belül melyiknek kezdődik meg a kiépítése. A befektetett tervezések idejét nem választottuk külön, azonban a lekérdezés folyamatában megtudtuk, hogy ezek a szervezetek rövid távú stratégiájába vannak belefoglalva (3. ábra).

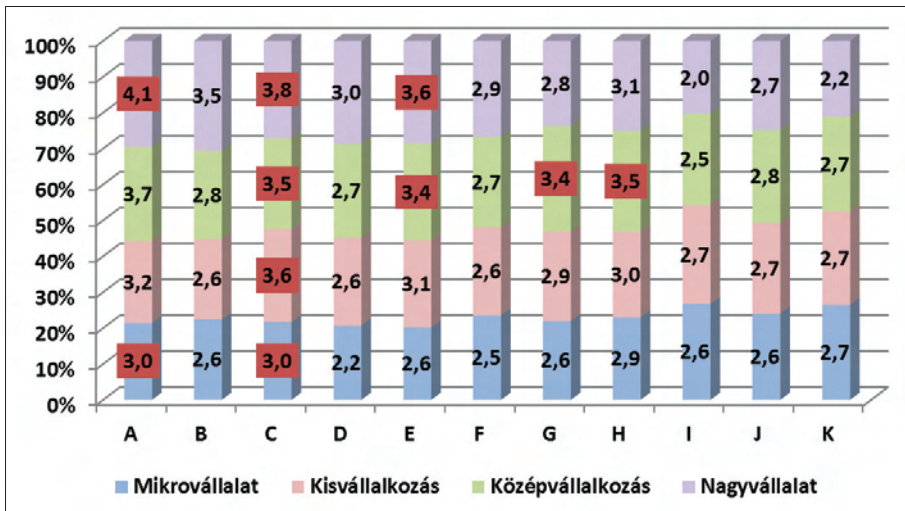


3. ábra. Tudásmenedzsment eszközök jelenléte a vállalatokban. *Forrás:* Saját szerkesztés a kérdőíves kutatás eredményei alapján

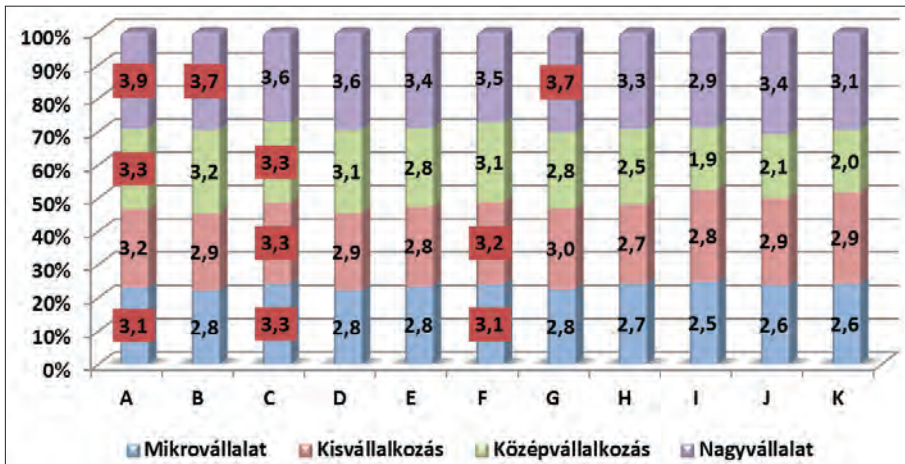
Az ábrán megfigyelhetjük, hogy a magyarországi vállalati mintában a cégek közel egyharmadánál (31,1%) kompetencia központok vannak jelen a megkérdezett szervezeteknél. A dokumentumtárolók, a szervezeti hálózatok, a szakmai közösségek, valamint az ügyfélközösségek jelentős, de kisebb gyakorisággal részei a tudásmenedzsment-eszköztárnak. A szlovákiai minta esetében a legtöbb esetben az ügyfélközösségeket (23,3%) és a beszállítói közösségek jelenlétét (22,7%) jelölték meg a válaszadók. Szakmai közösségek és információközpontok is az eszköztár fontos részei.

A felmérés során a tudásmenedzsmenttel kapcsolatos lépések és fejlesztések jellegét is elemeztük. A válaszadóknak 1-től 5-ig terjedő skálán jellemezték a vállalkozásban megvalósult tudásmenedzsment lépések mértékét (4. ábra).

A magyarországi minta mikrovállalatainál a teljesítményértékelés, valamint a szakmai gyakorlat adta ismeretek megosztása jellemzi leginkább a tudásmenedzsment gyakorlatának lépéseit. A kisvállalkozások a tudás menedzselésének optimalizálása érdekében törekednek a szakmai tapasztalat megosztására és formális információs csatornák kialakítására. A középvállalkozások a szakmai tapasztalatok transzferje és közösségek létrehozása mellett, főleg formális információs csatornák kialakítására és felelősök, valamint tudásközpontok meghatározására törekednek. A nagyvállalatokat a teljesítményértékelés, mint a tudásmenedzsment lépések sajátossága, és a többi szervezetre érvényes ismérvek jellemzik (5. ábra).



4. ábra. Vállalatoknál megvalósult tudásmenedzsment lépések Magyarországon. *Forrás:* Saját szerkesztés a kérdőíves kutatás eredményei alapján. – A = teljesítményértékelés; B = tudás-menedzsment stratégia kialakítása; C = szakmai gyakorlat megosztása; D = tréningek; E = formális információs csatornák kialakítása; F = tudásmegosztás ösztönzése; G = felelősök és tudásközpontok meghatározása; H = szakmai közösségek kialakulása; I = tudásbázis létrehozása; J = tudásmegosztó rendszer kiépítése; K = szellemi tőke mérése



5. ábra. Vállalatoknál megvalósult tudásmenedzsment lépések Szlovákiában. *Forrás* és A–K: lásd a 4. ábránál

A Szlovákiában megvalósult lekérdezés tükrében megállapítható, hogy a mikrovállalkozások a teljesítményértékelés és a tudásmegosztás ösztönzését tartják tudásmenedzsment stratégiájuk leglényegesebb megvalósított elemének. A kis méretű szervezetek a teljesítményértékelést, valamint a szakmai gyakorlatból származó tapasztalatokat részesítik előnyben. A középvállalatok azonos gyakorlatot mutatnak. A szlovákiai nagyvállalatok számára a teljesítményértékelés, a tudásmenedzsment stratégia kialakítását, valamint tudásközpontok és felelősök meghatározását tartják a legfontosabb tudásmenedzselési lépésnek.

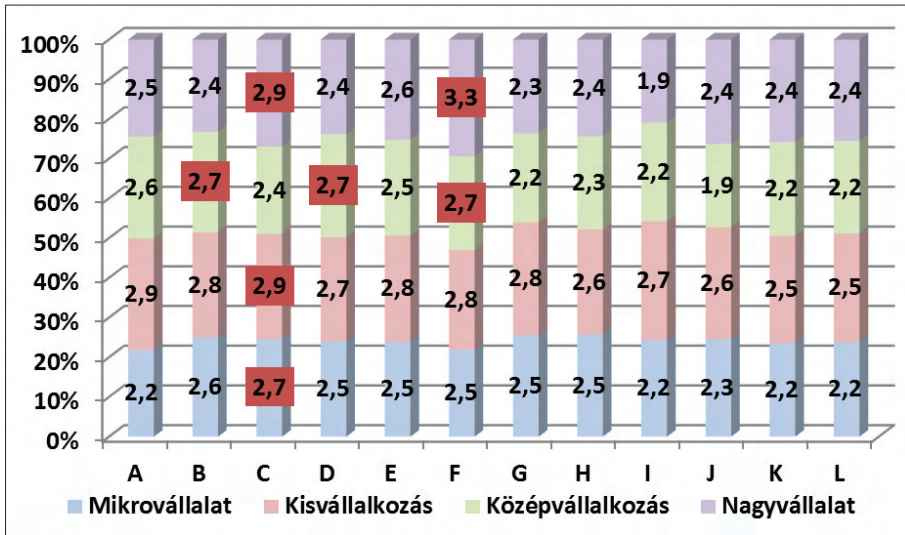
A szervezetek tudásmenedzsment gyakorlatában egyre többször hangsúlyozottabbak a problémás területek. Ennek valóságértékét és a problémás tényezők meghatározását a kérdőíves elemzés alatt vizsgáltuk. A tudásmenedzsment legproblémásabb tényezője a mikrovállalkozók szerint az egyéni tudás elérése. Egyező véleményen vannak ezzel a kisvállalkozások is. A középvállalatok három fő sarkalatos ismérvet jelöltek meg: információ dömping, időhiány és a tudásmegosztás hajlandóságának hiánya. Ebben az esetben nem csak az egyéni szintű tudás transzferjének nehézségeire utalunk, hanem a szervezeti és csoport szintűre is. A nagyvállalatok az egyéni tudás elérhetőségének nehézségeit és a tudástranszfer bármely szinten való megvalósulásának akadályait tartják a tudásmenedzsment problémáinak (6. ábra).

A tudásmegosztás hajlandóságának hiánya és az erőforráshiány a legproblémásabb tényezők a szlovák mikro-vállalkozások körében. A kisvállalatok véleménye szerint a tudásmegosztás különböző szintű transzferjének és hajlandóságának hiánya a legsarkalatosabb sajátossága a tudásmenedzsmentnek. A középvállalatok azonos véleményt képviselnek. A nagyvállalatok körében a tudásmenedzsment előnyök ismeretének hiánya, az információ-dömping, valamint az egyéni tudás megszerzésének nehézségeik a problémás jellemzők (7. ábra).

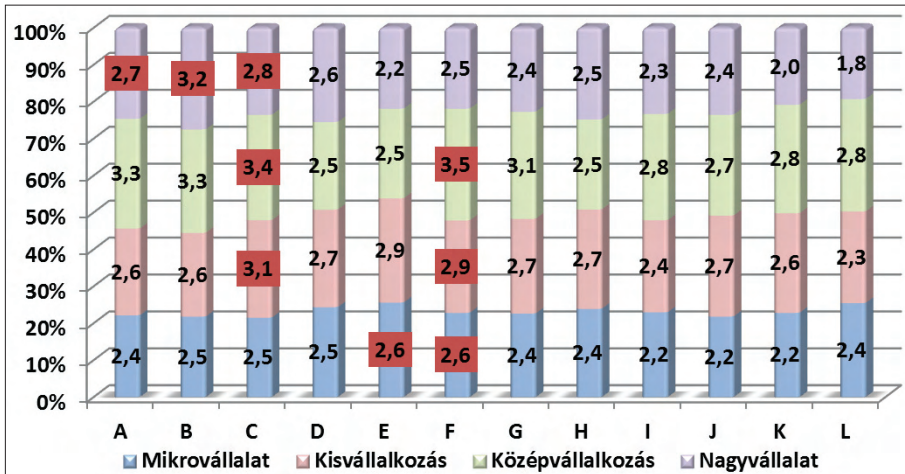
## Összefoglalás

A különböző statisztikai adatok alapján megállapítható, hogy a vállalatok mérete és a szükséges tudás megszerzésének módja között a középestől gyengébbnek mondható összefüggés van, valamint a szervezetek együttműködésének okaként emlegetett információhiány és a tudás stratégiai eszközként való értelmezése között nincs összefüggés.

A kutatás eredményeinek összefoglalásaként a megfelelő szakirodalom áttanulmányozása révén és a kérdőíves lekérdezés elemzésének eredményei alapján megalkottuk a vizsgált határ menti térség vállalatainak tudásmenedzsment jellemző modelljét. A modellben összesítettük a válaszadók által megjelölt információkat. A szervezetekben lévő tudásmenedzsment egyér-



6. ábra. A tudásmenedzsmentet jellemző problémák Magyarországon. Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves kutatás eredményei alapján. – A = tudásmenedzsment előnyök ismeretének hiánya; B = információ dömping; C = az egyéni tudás elérésének nehézségei; D = időhiány; E = erőforráshiány; F = tudásmegosztás hajlandóságának hiánya; G = kevés beruházás a K+F-be; H = megfelelő tudás hiánya; I = technológiai lehetőségek kihasználatlansága; J = nem elkötelezett vezető; K = nem megfelelő technológia; L = szervezeti kultúra



7. ábra. A tudásmenedzsmentet jellemző problémák Szlovákiában. Forrás és A–L: lásd a 6. ábránál

telmúen ötvözi a második tudásmenedzsment generáció jellemzőit, amely szerint megállapítják tudást megosztó résztvevők hajlandóságát, módszereit és eszközeit. A hálózatos együttműködés nem valósult meg a megkérdezettek vállalkozásaiban. Más szervezetekkel közös munkát elsősorban a nyereség növelését célzó, fogyasztói igény kielégítése érdekében megvalósuló kölcsönös tevékenységcsere jellemző.

## IRODALOM

- BAKACSI GY.–BOKOR A.–CSÁSZÁR Cs.–GELEI A.–KOVÁTS K.–TAKÁCS S. 2000. Stratégiai emberi erőforrás menedzsment. – KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft, Budapest, 357 p.
- BENCSIK A. 2009. A tudásmenedzsment emberi oldala. – Z-Press Kiadó Kft., Miskolc, 270 p.
- CSATH M. 2010. Versenyképesség-menedzsment. – Nemzeti Könyvkiadó, Budapest, 336 p.
- DAVENPORT, T.H.–PRUSAK, L. 2001. Tudásmenedzsment. – Kossuth Kiadó, Budapest, 200 p.
- KANAGASABATHY, K.A.–RADHAKRISHNAN, R.–BALASUBRAMANIAN, S. 2012. Empirical Investigation of Critical Success factor and knowledge management structure for successful implementation of knowledge management system – a case study in Process industry. 13 p. (online). <http://hosteddocs.ittoolbox.com/kkrr41106.pdf>
- KLIMKÓ G. 2001. A szervezeti tudás feltérképezése. Doktori értekezés. – Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Budapest, 133 p.
- LAKATOS GY. 2005. Az emberi tőke: az önismeret gazdaságtana. – Balassi Kiadó, Budapest, 316 p.
- LENGYEL B. 2005. Triple Helix kapcsolatok a tudásmenedzsment szemszögéből. – In: Tudásmenedzsment és tudásalapú gazdaságfejlesztés. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei. JATE Press, Szeged, 293–311.
- MAKÓ Cs.–MOEREL H.–ILLÉSY M.–CSIZMADIA P. 2008 Az új utak lehetőségei a tanuló gazdaságba. A rugalmasság és biztonság átalakuló jelentései. – COMPETITIO, Center-Print Kft., Debrecen, 213 p.
- SÁRDI B. 2007. A MOL tudásmenedzsment programja. Tudományos dolgozat. – Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Budapest, 60 p.
- SVEIBY, K.E. 2001. Szervezetek új gazdasága: a menedzselt tudás. – KJK Kerszöv, Budapest, 292 p.

## Vidékfejlesztés a döntéshozatali eljárások tükrében

TÓTH TAMÁS<sup>1</sup>–MÁTÉ PÉTER<sup>2</sup>

### Rural development from the decision making point of view

The study is to analyse the concept of rural development and institutions, as well as local action groups in decision-making on their role. International approach to interpretation is the definition of rural as well as through we detail the development of the EU's rural development policy, the major domestic and European processes, actors, and the use of supports their role. The main elements of the National Rural Development Strategy between 2012 and 2020 are presented, highlighting your key strategic goals. The national rural development institutions, the Ministry of Agriculture and Rural Development and management was established in the EU accession in 2004, the New Hungary implementation of Rural Development Programme takes place in three or four levels, operating deep level, internal processes are complex and their investigation has valuable conclusions can, unconcealed mechanisms for improvement.

**Keywords:** rural development, the Managing Authority, the Paying Agency LEADER Local Action Group, decision making

### Bevezetés

A 27 európai uniós tagország lakosságának több mint 56%-a vidéki térségekben él, amely térségek együttesen az EU összterületének 91%-át teszik ki. A vidékfejlesztés ezért kiemelten fontos szakpolitikai terület. A mezőgazdasági tevékenység és az erdőgazdálkodás a jövőben is döntő szerepet játszik az EU vidéki térségeiben megvalósuló földhasználat és erőforrás-gazdálkodás tekintetében.

Az EU aktív vidékfejlesztési szakpolitikát folytat, amely segít a vidéki területek, ill. az ott élő és dolgozó emberek szempontjából rendkívül fontos uniós célok megvalósításában. A vidéki térségek központi jelentőséggel bírnak az Unió arculatának és identitásának kialakításában.

---

<sup>1</sup> Tanszékvezető egyetemi docens, SZIE GTK Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő. Az Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola tőrzstagja.

<sup>2</sup> PhD-hallgató, Szent István Egyetem, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, Gödöllő.

## A vidék fogalmának nemzetközi megközelítése

A vidék, a vidéki vagy rurális terület pontos meghatározása nehézkes, hiszen egy igen összetett társadalmi, gazdasági és kulturális fogalomról van szó. Ez még szűkebb földrajzi értelemben is igaz, mivel még az Unión belül sem beszélhetünk egységes használatról. Legtöbb esetben a vidék negatív értékekkel párosul, a fejlettebb, ill. városi területek ellentétéként (urbanrural viszony), vagy kizárólag, mint a mezőgazdasági termelés színterét kezelik. A téma összetettségét és nehézségét mutatja, hogy nagyon sok megközelítés nem az egyértelmű és kizárólagos definiálást, hanem inkább egyfajta osztályozást céloz meg.

Jó összefoglalót nyújt erről BENGIS és SCHMITH-THOMÉ (2005), akik szerint a meghatározások alapja általában a vidéknek, mint „nem városi” területnek a definiálása, vagy a vidéki „identitás” fontosságát megalapozó jellemzők, például az extenzív földhasználat, a falvak jelenléte, társadalmi szokások stb. hangsúlyozása (BENGIS, CH.–SCHMITH-THOMÉ, K. ed. 2005). Szembe állítják egymással a különböző megközelítéseken és módszereken alapuló, indikátorokat kidolgozó, és azokra építő elméleteket valamint azokat a véleményeket, amelyek szerint nem lehetséges egyértelmű és kizárólagos lehatárolást tenni, és amelyek „dematerializálják” a fogalom megközelítését.

Az Egyesült Államok Mezőgazdasági Minisztériuma (USDA) például a népességszám, a népsűrűség, az urbanizáció és a nagyobb centrumokhoz való, napi ingázással kifejezett gazdasági kötődésre tekintettel metro-nonmetro területeket különít el, és ezeken belül a városiasodott területek ellentétéként (urban-rural) határozza meg vidéki (2500 főnél kisebb lakosságszámú települések) területeit.

Az OECD meghatározása szerint vidéki település az, amelynek a népsűrűsége 150 fő/km<sup>2</sup> alatt van. Ez alapján:

- Alapvetően városi térség (Predominantly Urban Region), ahol a vidéki településen élők aránya kevesebb, mint 15%.
- Jellemzően vidéki térség (Significantly Rural), ahol a vidéki településen élők aránya 15–50% között van.
- Alapvetően vidéki térség (Predominantly Rural), ahol a vidéki településen élők aránya több, mint 50%.

Hasonló megközelítéssel találkozunk Angliában, ahol nem a népsűrűséget, hanem a lakosságszámot veszik alapul. Itt is megkülönböztetnek városi (urban) és vidéki (rural) településeket, majd a nagyobb területi egységeket (Local Authority Districts, LAD) a lakosságszám, és az egyes település-típusokban élő lakosság aránya alapján sorolják kategóriákba. Fontos tényező azonban a globalizációhoz kapcsolódó lokalizáció, amely a vidéki területek felértékelődéséhez, ami a lehetőségek kiszélesedéséhez vezetett, mivel vidékfejlesztés során vidéki területek fejlesztését végezzük, a helyi értékek és a belső erőforrások szerepének előtérbe helyezése által (TÓTH, T. szerk. 2009).

## Az Európai Unió vidékfejlesztési politikájának kialakulása

Az 1950-es évek Európája még nemigen heverte ki a második világháborút. Az európai államok legfőbb gondja az újjáépítés, az ipar és a mezőgazdaság újraindítása – ezen belül a lakosság biztonságos élelmiszerellátásának megszervezése – volt. Részben ez is volt az oka, hogy a megalakuló Európai Gazdasági Közösség egyik fő célkitűzése a közös mezőgazdasági politika megteremtése volt. A Római szerződés 39. cikkelye szerint „A közös mezőgazdasági politika célja (KAP), hogy:

- a műszaki haladás fokozásával, a mezőgazdasági termelés ésszerűsítésével, különösen a munkaerő lehető legjobb felhasználásával a mezőgazdaság termelékenységét növelje,
- a mezőgazdasági népességnek megfelelő életszínvonalat biztosítson, elsősorban a mezőgazdaságban élők egy főre jutó jövedelmének növelésével,
- stabilizálja a piacot,
- biztosítsa az ellátást,
- gondoskodik a fogyasztóknak megfelelő ár ellenében történő ellátásáról.”

### Vidékfejlesztési politika 2007–2013

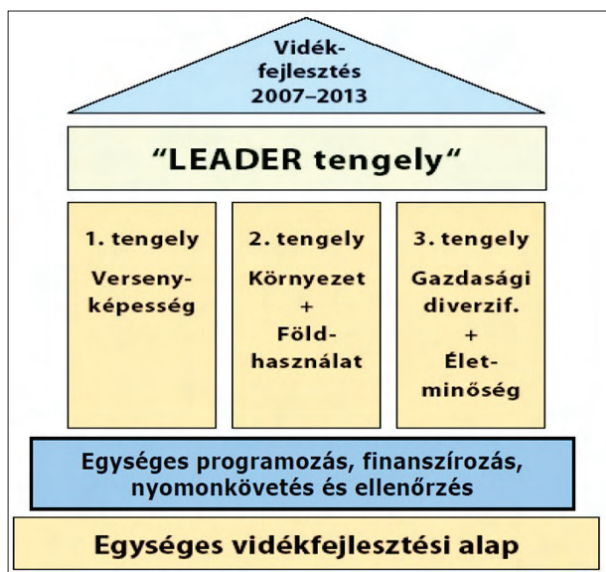
Az Európai Unió új vidékfejlesztési politikáját az 1698/2005/EK tanácsi rendelet határozza meg, ill. hirdeti ki, és a „folytonosság és a változás” jellemzi. Ez a vidékfejlesztési politika továbbra is intézkedések sorozatát ajánlja, amelyek közül a tagállamok választják ki, hogy melyiket építik be az integrált vidékfejlesztési programjukba és kérnek pénzügyi támogatást a Közösétől.

A politika változatlanul a vidéki területek fenntartható fejlődését tartja szem előtt és ennek érdekében – közösen megállapított – három fő szakpolitikai célra összpontosít:

- a mezőgazdaság és az erdészet versenyképességének javítása,
- a termőföld-hasznosítás támogatása és a környezet minőségének javítása, valamint
- az életminőség javítása és a gazdasági tevékenység diverzifikálásának ösztönzése.

A fenti három szakmapolitikai cél alkotja a vidékfejlesztési programok tematikus tengelyeit, amelyeket a LEADER tengely mint „módszertani” tengely köt össze (1. ábra).

A LEADER (Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale, magyarul „Közösségi Kezdeményezés a vidék gazdasági fejlesztése érdekében”) a vidékfejlesztés speciális eszköze, amely a vidék gazdaság-fejlesztési tevékenységei között hivatott kapcsolatot teremteni oly módon, hogy projektjeit a vidéken élők összefogásával kiindulva valósítja meg. LEADER-



1. ábra. Az Európai Unió vidékfejlesztési politikájának felépítése, 2007–2013.  
 Forrás: FVM, 2006.

közösséget több, egymással szomszédos, összefüggő térséget képező település alkothat. Az ún. Helyi Akciócsoport (Local Action Group [LAG], amelynek tagjai a résztvevő önkormányzatok, a térség vállalkozói és civil szerveződései) elkészíti a térség fejlesztési stratégiáját az ott élők bevonásával. A döntéshozó nemzeti intézmény meghatározza az Akciócsoport rendelkezésére álló keretösszeget, amely a térségi pályáztatás révén jut el a végső kedvezményezettekhez (azaz a pályázó szervezetekhez, intézményekhez, vállalkozásokhoz stb.).

A LEADER programokat a következő hét követelmény teljesítése (uniós szóhasználattal *hét alappillér megléte*) köré építik fel: *innovatív jelleg, területalapú megközelítés, alulról történő építkezés, önálló pénzügyi felelősség, háromoldalú partnerség, integrált megközelítés és hálózatépítés* (2. ábra).

A 2007–2013 közötti vidékfejlesztési politika LEADER programja gyakorlatilag a negyedik ciklusa a LEADER kezdeményezéseknek, tehát jelentős előzménnyel rendelkezik és ezek tapasztalatai mind a programok kialakításába, mind pedig az irányításba, szabályozásba beépíthetők. A tapasztalatok szerint a LEADER-rendszerű megközelítés igen hatékony a vidékfejlesztésben, mert

- a tervezési és a fejlesztési folyamatokba bevonja a helyi lakosságot és közösséget,
- az alulról jövő (bottom up) kezdeményezésre építi a fejlesztést,
- térségi alapú, multi-szektorális, integrált stratégiát készít, erre alapozza a fejlesztést,



2. ábra. A LEADER programok hét alappillére. Forrás: FVM, 2006.

- a helyi gazdasági potenciál egészének hasznosítására törekszik,
- innovatív megoldásokat keres, ill. támogat,
- a közös érdekeltég felismerésével és megvalósításával megteremti és erősíti a helyi partnerséget,
- élő kapcsolatrendszert és együttműködést alakít ki – egymástól viszonylag távol fekvő – vidéki térségek között a tapasztalatcsere céljából.

Az EMVA finanszírozási szabályai némileg eltérnek az EMGA szabályaitól. Miközben az EMGA a KAP rá eső részét havi nyilatkozatok alapján finanszírozza, az EMVA általi finanszírozás a „differenciált előirányzatok” elvére épül, és magában foglalja az előfinanszírozást, köztes kifizetéseket és végső kifizetéseket. Az 1290/2005. sz. Tanácsi Rendelet által létrehozott egységes pénzügyi eszköz, az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alap (EMVA) 2007. január 1-jén kezdte meg működését. Az összevont támogatási alap elősegíti a mezőgazdaság és az erdészet versenyképességének növelését, a vidéki környezet és a termőföldek minőségének megőrzését, ill. a vidéki lakosság életminőségének javulását, a vidék gazdasági tevékenységének diverzifikálását. Ezek a 2007–2013 közötti időszakra érvényes általános célok besorolhatók a Közös Agrárpolitika (KAP) második pillére, a vidékfejlesztés alá. A vidékfejlesztési politika 2007-től tehát egységes programozási és finanszírozási keretbe illeszkedik, ezáltal javulhat annak koherenciája és átláthatósága.

Az Alap a vidékfejlesztés közösségi szinten meghatározott három célkitűzés megvalósításához járul hozzá:

- A mezőgazdaság és az erdészet versenyképességének növelése szerkezetváltási támogatásokon keresztül.
- A természet és a vidéki tájak állapotának javítása a földhasználat eszközökön keresztül.
- Az életminőség javítása, valamint a gazdasági tevékenység diverzifikálásának elősegítése a rurális területeken.

Az EMVA forrásai kiegészítik a nemzeti, regionális és helyi szintű fellépést, és hozzájárulnak a közösségi prioritások megvalósulásához. Egy negyedik, ún. „LEADER tengely” a LEADER közösségi kezdeményezések kapcsán szerzett tapasztalatokat kívánja kamatoztatni. Ez a tengely a vidékfejlesztés célját szolgáló, alulról építkező helyi kezdeményezések megvalósítási lehetőségeit vázolja fel. A Tanács a Közösség általános szakpolitikai prioritásai alapján stratégiai vidékfejlesztési iránymutatásokat alakított ki, amelyek alapján a tagállamok kidolgozták nemzeti stratégiájukat. A stratégiák a konkrét nemzeti célkitűzéseket, valamint az Alapból és más forrásokból származó támogatás szintjeit állapítják meg.

A nemzeti stratégia végrehajtása vidékfejlesztési programokon keresztül történik, amelyek intézkedéscsoportokra bonthatók tovább. A programok elemzik az egyes tagállamok helyzetét, és meghatározzák a kiemelt célokat, valamint az elvárt eredményeket a 2007–2013 időszakra. A stratégia megvalósulásának nyomán követése céljából a tagállamoknak két évente összefoglaló jelentések formájában kell beszámolniuk a Bizottságnak a végrehajtás állásáról és az elért eredményekről. 2007–2013 közötti időszakra szóló vidékfejlesztési politika - összhangban az új vidékfejlesztési rendeletben meghatározott három tematikus tengellyel - tehát a mezőgazdaság és az erdőgazdálkodás versenyképességének növelésében, a környezet és a vidék állapotának fejlesztésében, az életminőség javításában és a vidéki gazdaság diverzifikációjának előmozdításában szeretne eredményeket elérni.

### **Videkfejlesztési politika Magyarországon**

A magyarországi vidékfejlesztési politika nem csupán az EU politikáiból származtatható, bár kétségtelen, hogy valódi intézményesülése az uniós csatlakozásunkra való felkészülés során valósult meg. Ebben a folyamatban a magyar intézményrendszer – a későbbi támogatások reményében – nyilvánvalóan igyekezett alkalmazkodni az EU elvárásaihoz és elsajátítani azokat a módszereket, amelyeket a Közösségben használtak, használnak. Véleményünk szerint részben ebből az igyekezetből eredeztethető a magyarországi vidékfejlesztés problémáinak jó része: túlzott megfelelési szándék, a módszertani megoldások már-már szolgálai átvétele, a hosszú tanulási folyamat kevésbé adott teret a hazai jellegzetességek érvényesülésének.

Gond, hogy a magyar vidékfejlesztés egyre inkább intézményközpontúvá vált, semmint a problémamegoldásra törekedne (a vidékfejlesztési tervet érintő társadalmi egyeztetések ellenére). A vidék gazdaságát – és ezen belül a mezőgazdaságot – már az 1980-as évek dekonjunktúrája is kedvezőtlenül érintette. A termelőségcsökkenések, állami gazdaságok – a külső szemlélő számára még láthatatlanul – egyre súlyosabb gondokkal küzdöttek, egyre inkább eladósodtak. A rendszerváltást követően, 1990 után tovább erősödtek azok a

társadalmi-gazdasági folyamatok, amelyek a lakosságot – és ezen belül a vidéken élőket – nagyon súlyosan érintették, és ez már a számukra is érezhetővé vált (NESZMÉLYI, Gy. 2002). Ezek a kedvezőtlen folyamatok nagyon összetettek – és sajnálatos módon egymást erősítők – voltak.

Az 1990-es évek elején a volt szocialista országok piacgazdaságra való átérését, demokratikus átmenetét segítő az EU létrehozta a PHARE pénzalapot (Poland-Hungary Aid for Reconstruction of Economy), amely eredetileg lengyel- és magyarországi programok finanszírozását célozta. Később a PHARE a középkelet európai országok EU-s integrációjának gyorsítását segítette, többek között a környezetvédelem és a mezőgazdaság átalakításával (beruházás előkészítési és elősegítési projekt, IPP), amelyen keresztül a vidékfejlesztést támogatta.

Az EU-csatlakozás előtt álló országok 2000-től férhettek hozzá az ún. Előcsatlakozási Alapokhoz. Ezek közül az ISPA (Instrument for Structural Policies for PreAccession) a csatlakozásra váró országok felkészítését szolgálta a Strukturális Alapok támogatásának fogadására; és különösen a csatlakozást hátráltató konkrét problémák megoldását segítette az infrastruktúra és a környezetvédelem területén. A SAPARD (Special Aid for Preaccession for Agriculture and Rural Development; Special Accession Programme for Agriculture and Rural Development) az agrárágazat és általában a vidéki területek fenntartható fejlődéséhez járult hozzá, ill. támogatta a közösségi vívmányok befogadásának előkészítését a KAP és a hozzá kapcsolódó egyéb politikák terén. A SAPARD forrásokhoz való hozzájutás feltétele volt, hogy a támogatandó prioritások meghatározására elkészüljön az országos vidékfejlesztési program. 2004-től a magyarországi vidékfejlesztési politika integrálódott az Európai Unió strukturális és mezőgazdasági politikájához. Az Európai Unió 2000–2006 közötti költségvetési ciklusának a Strukturális Alapokból nyújtott támogatásai a *Nemzeti Fejlesztési Terv* (NFT) keresztül jutottak el a kedvezményezettekhez csatlakozásunkat (2004. május 1.) követően.

Az operatív programok közül az AVOP közvetlenül szolgálta a vidékfejlesztést, míg a ROP főként a turizmus fejlesztésén keresztül juttatta forrásokhoz a vidéken élőket. A GVOP, a HEFOP vagy a KIOP többnyire közvetett módon hatott a magyar vidék fejlődésére (3. ábra).

Az Agrár és Vidékfejlesztési Operatív Program (AVOP) elsősorban a mezőgazdaságra, az élelmiszer-feldolgozásra és a vidéki térségek fejlesztéseire koncentrált. (NESZMÉLYI, Gy. 2004). A programba beépültek a SAPARD előcsatlakozási program tapasztalatai és gyakorlata, valamint a hazai agrár-támogatási rendszer elemei is. Így az AVOP-ban meghatározott fő fejlesztési területek (prioritások) az alábbiak voltak:

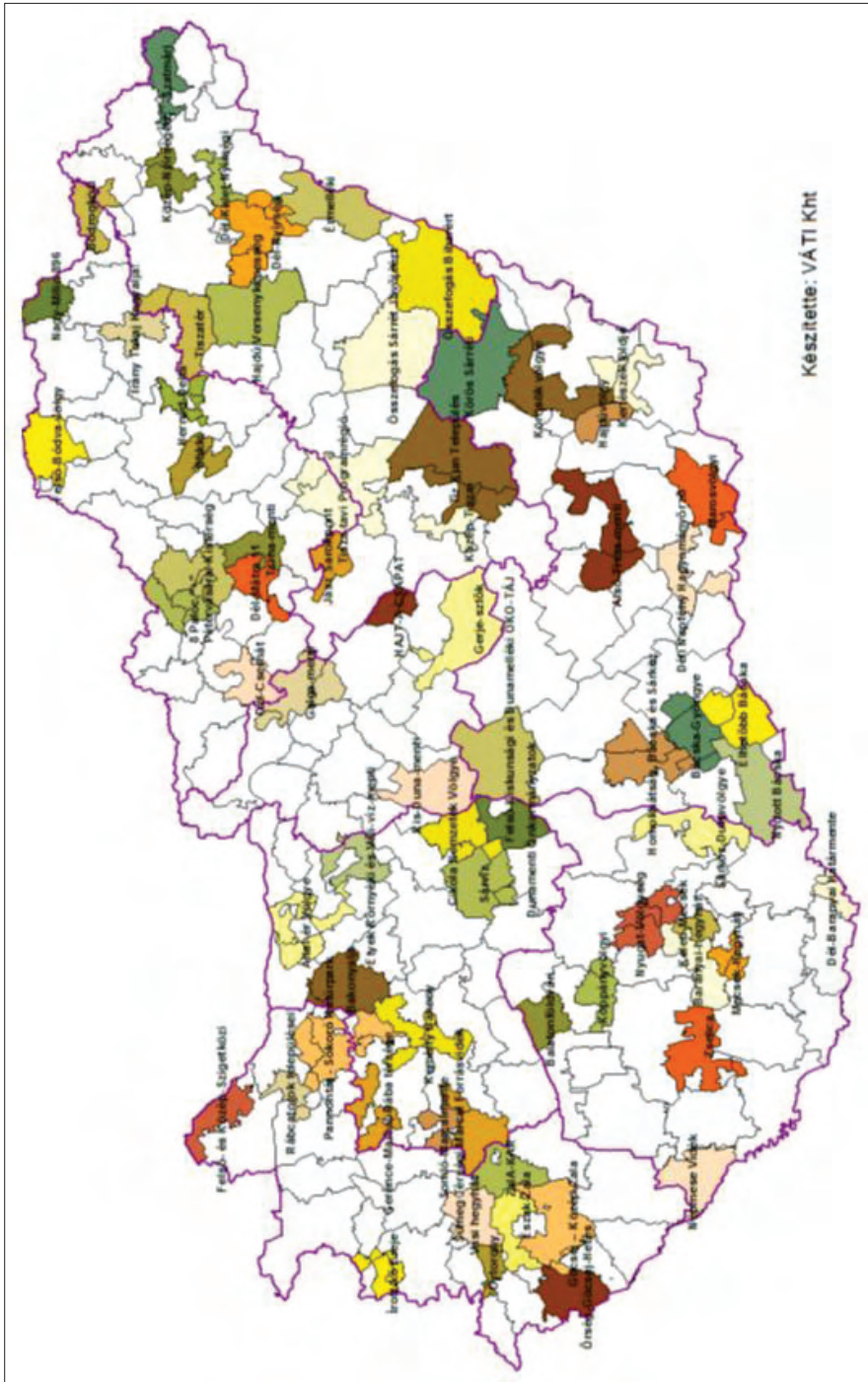
- versenyképes alapanyag-termelés megalapozása a mezőgazdaságban,
- az élelmiszer-feldolgozás modernizálása,
- a vidéki térségek fejlesztése, valamint
- a technikai segítségnyújtás.



3. ábra. A Nemzeti Fejlesztési Terv célrendszere (2004–2006). Forrás: FVM, 2004.

A Helyi Akciócsoportok megalakítása során fontos szempont, hogy a munkacsoportokban a civil és a gazdasági szféra kellő többséghez jusson, és ne az önkormányzati és a közsféra képviselői legyenek túlsúlyban. Helyi Akciócsoportok a későbbiekben megfogalmazták a helyi vidékfejlesztési elképzeléseiket, alapját képezve a későbbi pályázatoknak. A jelentkező Helyi Akciócsoportok közül több lépcsőben választották ki azokat, akik végül is támogatást nyernek terveik megvalósításához. 2006. márciusában hetven LEADER akciócsoportot választottak ki a már említett 6,7 mrd Ft támogatás felhasználására. A nyertes akciócsoportok területén 920 település található és mintegy 1,5 millió ember él (4. ábra).

A 2007–2013 közötti költségvetési időszak a Strukturális Alapok támogatásának igénybevételére az Új Magyarország Fejlesztési Terv (ÚMFT) alapján kerülhet sor, amelynek szorosan kell illeszkednie az EU strukturális politikájához. A Terv készítése során részben összegezték az addigi tapasztalatokat az EU támogatásainak felhasználásáról (mert az előző időszak tanulási folyamatnak is felfogható volt a kormányzati szervek, a vidékfejlesztési intézményrendszer alkotóelemei, az önkormányzatok és a pályázók számára), részben alkalmazkodni kellett az ország gazdasági-társadalmi változásaihoz is. Az ÚMFT két legfontosabb, a hosszú távú célok elérését szolgáló célkitűzése a *foglalkoztatás bővítése és a tartós gazdasági növekedés feltételeinek megteremtése*.



4. ábra. LEADER + Helyi Akciócsoportok Magyarországon 2006-ban. Forrás: VÁTI Kht., 2006.

A vidékfejlesztést leginkább a regionális operatív programok szolgálják oly módon, hogy az ÚMFT intézkedései a kiegyensúlyozott területi fejlődést segítik elő a regionális központok megerősítésével, az innovációs gazdaságfejlesztési prioritást is szolgáló fejlesztési pólusok kiemelt fejlesztésén keresztül, az együttműködő és versenyképes városhálózat kialakításával.

Az elmaradott térségek felzárkóztatása szintén központi koordinációjú integrált megközelítést igényel, a tervezett fejlesztések a regionális és az ágazati szemléleten túlmutató intézkedéseken alapulnak. A beavatkozások térbeli és időbeli összehangolása elősegítheti a szinergia érvényesülését, ezáltal a leghátrányosabb helyzetű kistérségek esélyhez jutását. Ezeknek a programoknak a célja, hogy csökkenjen a távolság a jó helyzetű, fejlett területek közelében elhelyezkedő és a perifériára szorult, súlyosan hátrányos helyzetű térségekben élők megélhetési lehetőségei, életminősége és életkilátásai között. Fontos cél, hogy a megvalósuló fejlesztési projektek eredményeképpen csökkenjen a szociális ellátórendszerre gyakorolt nyomás, és nőjön a gazdaság teljesítőképessége. Ezen a területen különösen fontos, hogy a fejlesztések következtében tartós, hosszú távon (15–20 év) is fenntartható fejlesztések valósuljanak meg (TÓTH T.–GÓDA P.–MALOMSOKI M. 2009).

A fentiekből is látható, hogy maga az ÚMFT is erősen redundáns, integrált megközelítésű: a regionális operatív programok fejlesztéseit erősítik az ágazati operatív programok is, teret adva a területi, regionális, kistérségi sajátosságok érvényesülésének. 2007–2013 között Magyarország az EU 22,4 mrd EUR támogatására számíthat a Strukturális Alapokból, amely a vidékfejlesztési támogatásokkal együtt közel 8000 mrd Ft-ot jelent.

Az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alap (EMVA) támogatásai az Új Magyarország Vidékfejlesztési Stratégiai Terv célkitűzésein, akcióin keresztül jutnak el a vidéken élőkhez. Az ország 174 kistérségéből 170-ben fekszik olyan terület (település), amely jogosult a Vidékfejlesztési Alap támogatására. Az Új Magyarország Vidékfejlesztési Stratégiai Terv jellegzetessége a megelőző tervezési időszakhoz (2004–2006) képest, hogy a LEADER támogatások átkerültek ebbe a tervformába (a Nemzeti Fejlesztési Terv helyett). A struktúraváltás oka az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alap létrehozása volt. Az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program (ÚMVP) hangsúlyos fejezete a LEADER program, amelyre közel 74 mrd Ft áll rendelkezésre a 2007–2013 tervezési-programozási időszakban.

### **Nemzeti Vidékstratégia 2012–2020 között**

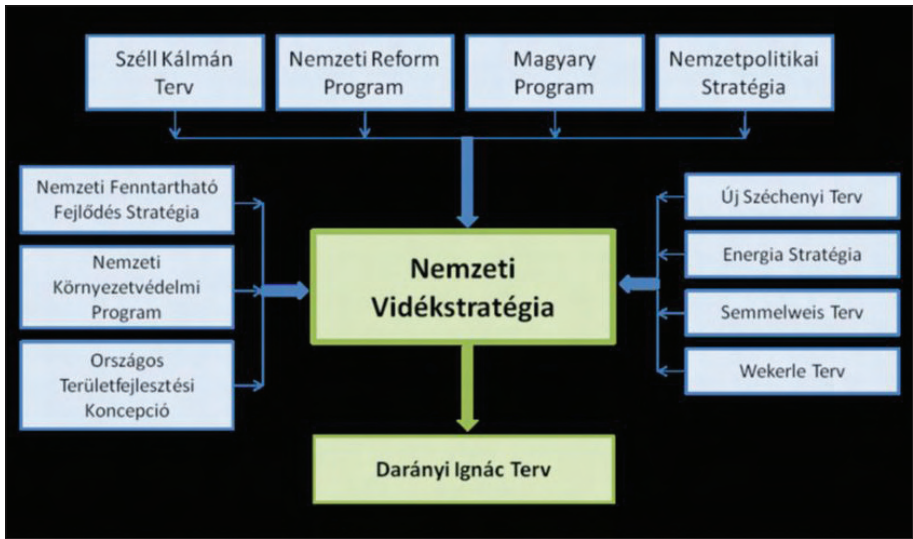
A Nemzeti Vidékstratégia célja, hogy a hazánk vidéki térségeinek nagy részén érvényesülő kedvezőtlen folyamatokat megfordítva, a fenntarthatóságot, az életképes agrár- és élelmiszertermelést és a vidéki élet értékeit középpont-

ba állító jövőkép alapján kijelölje az ország vidékpolitikájának célkitűzéseit, alapelveit, valamint az azok elérését biztosító programok és intézkedések végrehajtási kereteit. A vidéki Magyarország egészének megújítását tűzi ki célul, ezért a természeti értékek és a környezet védelmére, a természeti erőforrások fenntartható hasznosítására alapozva határozza meg az agrár- és élelmiszergazdaságra, valamint a vidékfejlesztésre vonatkozó tennivalókat. Legfontosabb területei a foglalkoztatás növekedése, a kiegyensúlyozott és sokszínű mező- és erdőgazdálkodás, termelési szerkezet, a helyi élelmiszertermelés és élelmiszerpiacok helyreállítása, a helyi energiatermelés, a vidék helyi közösségeinek megerősödése, a népesedési mutatók javulása és a természeti rendszerek, a biológiai sokféleség megőrzése.

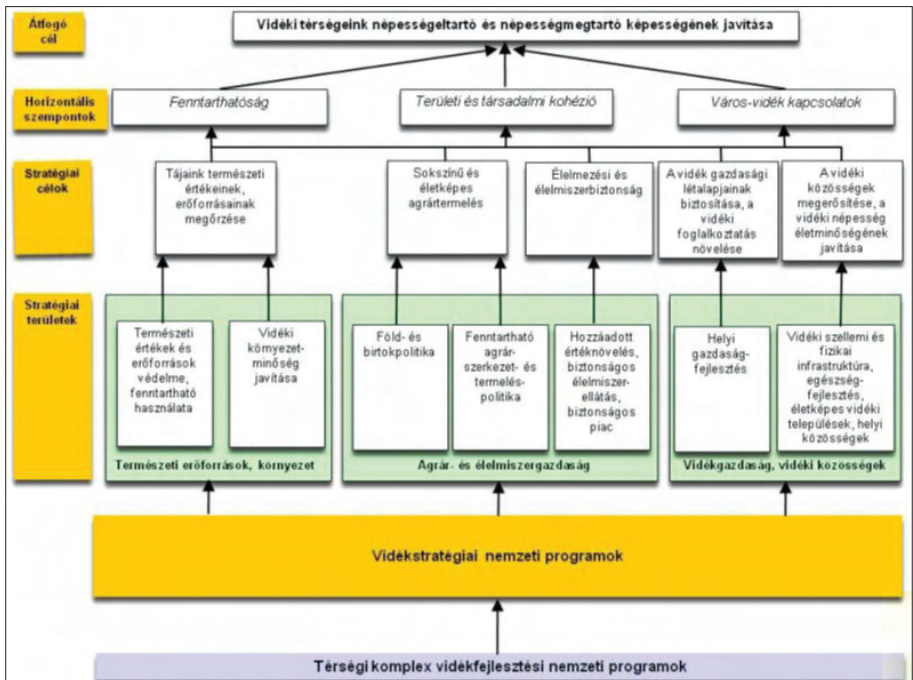
A stratégia 2020-ig terjedő időtávja egyrészt a benne foglalt nemzetstratégiai szintű célok megvalósítását szolgáló programok ütemezett végrehajtásához, másrészt az EU Európa 2020 Stratégiájához és a kapcsolódó, 2014–2020 közötti programfinanszírozási időszakhoz illeszkedik. A Stratégia nemzeti programjai és intézkedései így összességükben azt célozzák, hogy 2020-ig a vidék társadalmi és gazdasági folyamataiban, ill. a vidéki élet minőségében az érintettek számára is érezhető javulás következzen be a vidék természeti tőkéjének megőrzése, lehetőség szerinti gyarapítása mellett. A vidék ügye a kiegyensúlyozott területi fejlődés érdekében átfogó megközelítést igényel.

A stratégia és programjai kidolgozásának alapjául az Alaptörvényben és a Kormányprogramban foglaltak szolgálnak, összhangban haladva a Nemzeti Fenntartható Fejlődési Stratégiával, ill. illeszkedve a kiemelt nemzeti stratégiai tervekhez (pl. Széchenyi Terv, Széll Kálmán Terv, Semmelweis Terv, Magyar Terv, Külpolitikai Stratégia), és kapcsolódva további, már meglévő átfogó és ágazati tervekhez és programokhoz (például 3. Nemzeti Környezetvédelmi Program, az ennek részét képező Nemzeti Természetvédelmi Alapterv, Nemzeti Éghajlatváltozási Stratégia, Országos Területfejlesztési Koncepció, Energiastratégia, Vízyűjtő-gazdálkodási terv, az MTA vízgazdálkodási stratégiai dokumentuma, Nemzeti Erdőprogram). A Nemzeti Vidékstratégia és a megvalósítási kereteit adó Darányi Ignác Terv hazai fejlesztési stratégiák, szakpolitikai tervek és programok között elfoglalt helyét az (5. ábra) szemlélteti.

A stratégia legfontosabb célja, hogy a vidék ne jelentsen életminőségi hátrányt. A vidéki élet választható életforma legyen, ne az anyagi kényszerek, korlátok tartsák falun, tanyán az embereket, hanem a vidéki környezetben elérhető életminőség és a megélhetés biztonsága legyen a vidéki élet alapja. Ehhez nemcsak a gazdasági és fizikai életesélyeket szükséges kiegyenlíteni, javítani, hanem azt a szemléletet is szükséges megváltoztatni, amely a vidékhez, a faluhoz, a tanyához a lemaradást, a hátrányos helyzetet köti. A stratégia központi eleme annak tudatosítása, hogy a vidék érték, a mezőgazdaság értékteremtő tevékenység. A stratégia a fenti átfogó célkitűzés elérése érdekében az alábbi öt stratégiai célt fogalmazza meg: 1. Tájaink természeti



5. ábra. A Nemzeti Vidékstratégia helye a hazai fejlesztési stratégiák, szakpolitikai tervek és programok között. *Forrás: Nemzeti Vidékstratégia, 2012.*



6. ábra. A Nemzeti Vidékstratégia rendszere. *Forrás: Nemzeti Vidékstratégia, 2012.*

értékeinek, erőforrásainak megőrzése; 2. Sokszínű és életképes agrártermelés; 3. Élelmezési és élelmiszerbiztonság; 4. A vidéki gazdaság létalapjainak biztosítása, a vidéki foglalkoztatás növelése; 5. A vidéki közösségek megerősítése, a vidéki népesség életminőségének javítása.

A fenti átfogó célkitűzés megvalósulását célzó stratégiai célokat hét stratégiai területen megfogalmazott vidékstratégiai nemzeti programok és azokkal összefüggésben térségi komplex vidékfejlesztési nemzeti programok keretében kívánjuk elérni. A stratégiai területek a kulcsfontosságú témakörökre összpontosítva keretet adnak az átfogó célkitűzés és a stratégiai célok elérését elősegítő nemzeti és térségi programoknak (6. ábra).

A stratégia tehát az egészséges élelmiszerek előállításával és az ökoszisztéma szolgáltatások biztosításával túlmutat a vidéki térségeken és az ágazati szereplők érdekein, az élelmezésbiztonság, az egészség szolgáltatásával az ország valamennyi lakosának életére kihatással van.

## Az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program végrehajtása

Az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program végrehajtása szigorú intézményi keretek között történik. Hazánk EU-csatlakozásakor ki kellett építeni azt az intézményi struktúrát, amely a program végrehajtását hivatott megvalósítani. A végrehajtás résztvevői az Igazoló Szerv, az Irányító Hatóság (IH), a Kifizető Ügynökség, valamint a LEADER-akciócsoportok.

Az *Igazoló Szervet* a 885/2006/EK rendelet 5. cikkével összhangban a Vidékfejlesztési Miniszter illetékes hatósági jogkörében eljárva nevezte ki egy közbeszerzési eljárás lefolytatását követően. Az Igazoló Szerv a KPMG Hungária Kft., amely a svájci KPMG International (Svájc) leányvállalataiból álló KPMG-hálózat önálló tagvállalata. Az Igazoló Szerv teljes mértékben független a Kifizető Ügynökségtől és az illetékes hatóságtól. Könyvvizsgáló céggént rendelkezik a 885/2006/EK rendelet 5. cikke által megkövetelt technikai szakértelemmel.

A magyar kormány az ÚMVP *irányító hatósági* feladatait a Vidékfejlesztési Miniszter hatáskörébe utalta. A miniszter a feladatnak a magyar törvények értelmében történő konkrét végrehajtását a minisztériumon belül a közösségi ügyekért felelős államtitkára bízta. A szakállamtitkárt, aki az Irányító Hatóság feje, az Agrár-vidékfejlesztési Főosztály (AVF) segíti az irányító hatósággént végzendő feladatok teljesítésében. Az AVF látja el egyébként a SAPARD, az AVOP és az EHA kapcsán elvégzendő irányító hatósági feladatokat, valamint az NVT programirányító egység feladatait is.

A *Kifizető Ügynökség* feladatkörét az 1290/2005/EK rendelettel összhangban az EMVA tekintetében a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal (MVH) látja el akkreditált szervként. Az MVH akkreditációjának megadásáról,

a 885/2006/EK rendelet 1. cikke (2)-(3) bekezdéseinek megfelelően, illetékes hatósági jogkörében eljárva a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Miniszter dönt. Az akkreditációt megelőző ellenőrzést egy független könyvvizsgáló cég (KPMG) folytatta le. Az MVH az egyetlen kifizető ügynökség Magyarországon, az EMVA mellett ellátja az EMGA kifizető ügynökségi feladatait is. Ezen kívül az MVH az EMOGA Garanciarészlegének akkreditált kifizető ügynökségeként is működik. A kifizető ügynökségi feladatok mellett a közösség mezőgazdasági és vidékfejlesztési pénzeszközeivel kapcsolatban az MVH ellátja a SAPARD Ügynökség, az AVOP/EMOGA Orientációs Részleg és HOPE (közreműködő szervezet), valamint az EHA (közreműködő szervezet) szerepköri feladatait.

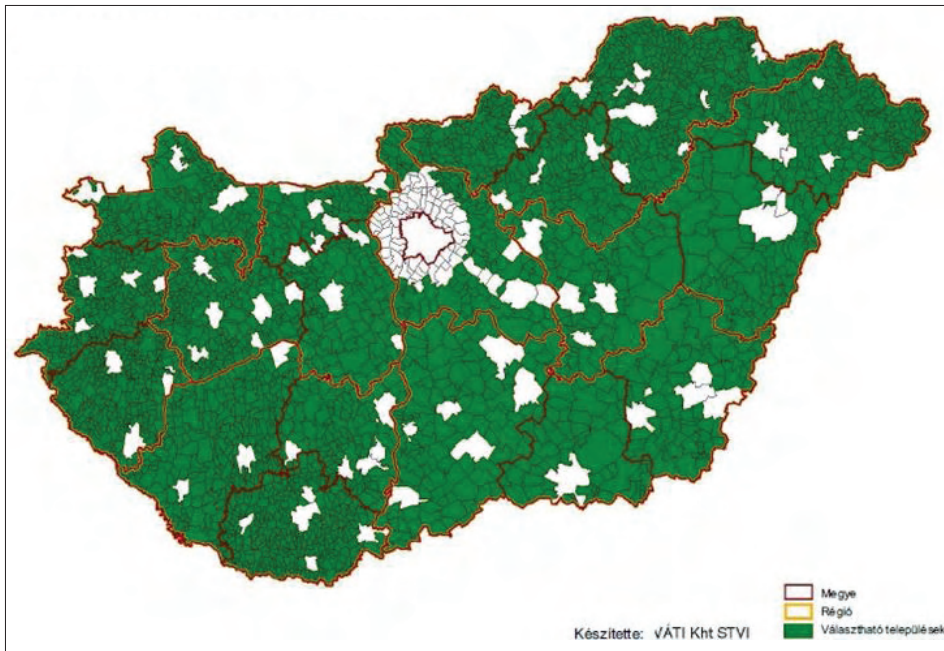
A közösség által finanszírozott támogatásokon kívül az MVH hajtja végre a nemzeti forrásokból finanszírozott támogatások kifizetését is. Az MVH központi költségvetési szerv, szervezete jelenleg egy központi hivatalból és 19 megyei kirendeltségből áll, melyből 7 regionális illetékességű kirendeltségként működik az EMOGA Orientációs Részlegének vidékfejlesztési támogatásai tekintetében. Két igazgatóság foglalkozik az ÚMVP-kérelmek engedélyezésével. A Közvetlen Kifizetések Igazgatóságának hatásköre lefedi a terület- vagy állatszám alapú intézkedéseket. A Vidékfejlesztési Támogatások Igazgatóságának hatásköre az ÚMVP-intézkedések engedélyezésére terjed ki a terület- vagy állatszám alapú intézkedések kivételével. Ez utóbbi igazgatóság felel a LEADER szakmai irányításáért.

*LEADER-akciócsoportok.* A 93/2007. (VIII. 29.) FVM rendelet az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alapból nyújtandó vidékfejlesztési támogatásról szóló 1698/2005/EK tanácsi rendelet 3. és 4. tengelyének keretében megalakuló helyi akciócsoportok elismerési rendjével kapcsolatos egyes kérdésekről” szabályozza a helyi akciócsoportok megalakulását. A rendelet célja a helyi közösségek, valamint az előzetesen elismert vidékfejlesztési akciócsoportok megalakulásának, nyilvántartásba vételének, valamint elismerésének a szabályozása. Magyarországon 2007-ben 96 helyi vidékfejlesztési közösség jött létre. Ezen közösségek 2008-ban a kidolgozott Helyi Vidékfejlesztési Stratégiáik alapján LEADER-akciócsoportok lettek (7. ábra).

Az akciócsoportok jogszabályban meghatározott kötelező feladatai a HVS elkészítése és felülvizsgálat; tájékoztatás, tanácsadás, információ-szolgáltatás; pályázatok ügyintézése, pontozása; honlap működtetése; adatszolgáltatás.

### **A vidékfejlesztési támogatások felhasználása a LEADER programon keresztül**

Az 1990-es évek előtt kipróbált különböző vidékfejlesztési megközelítések tipikusan ágazati jellegűek voltak, elsősorban a termelőkre koncentráltak, és céljuk a mezőgazdaságon belüli strukturális változás volt. A „fentről lefelé



7. ábra. A LEADER intézkedés hatálya alá tartozó területi egységek 2007–2013 között.  
 Forrás: VÁTI, 2006.

irányuló” megközelítési módjokkal a nemzeti vagy regionális szinten kidolgozott rendszerek támogatására épültek. A helyi érdekelt feleket nem feltétlenül ösztönözték a területeik jövőképeinek kialakításához szükséges készségek elsajátítására. A területalapú és lentől felfelé építkező, a helyi közösségeket bevonó és a helyi erőforrásokhoz értéket adó megközelítés fokozatosan vált a vidéki területek munkahely- és vállalkozásteremtésének új módszerévé. A vidékfejlesztés általános értelemben a vidéken élő emberek életminőségének javítását jelenti. Ezen elvek mentén, a LEADER kísérleti jelleggel, különböző projektek és ötletek, az érdekelt felek és a források helyi szintű összevonásával kezdődött. Ideális eszköznnek mutatkozott annak a vizsgálatára, hogy miképpen terjeszthetők ki a vidéki területek lehetőségei. A LEADER-t alkalmazó EU-területek aránya, a LEADER-csoportok száma és a LEADER típusú megközelítések rendelkezésére bocsátott pénzeszközök jelentősen növekedtek a program 1991-es elindítása óta (1. táblázat).

A LEADER alapjait a tiszta, átlátható döntési folyamatban, az érintettek együttműködésében és a jó gyakorlatok átadásához szükséges infrastruktúra kialakításában találhatjuk meg. A LEADER és a hagyományos vidékfejlesztési politika intézkedései között a különbség az, hogy az előbbi abban nyújt

1. táblázat. A LEADER programok főbb paramétereit

LEADER-kezdemenyezés	Helyi cselekvési csoportok száma	Érintett terület, km <sup>2</sup>	EU-finanszírozás, millió EUR
LEADER I.	217	367 000	442
LEADER II.	906	1 375 144	1755
LEADER +	893	1 577 386	2105

*Forrás:* European Commission, 2007.

iránymutatást, „hogyan” lehet elérni a kívánt célt, nem pedig előírja, „mit” kell tenni. A helyi részvétel, a valódi összefogás és együttgondolkodás, ami máshol esetleg kiegészítő jelleggel jelenik meg, itt a működés fő sajátossága – ezért is nagyobb a program jelentősége annál, mint amit a forrásokból való részesedéséből következtethetnénk.

### Döntéshozatal a Helyi Akciócsoportok bevonásával

A LEADER Program átalakításával kapcsolatban 2010. őszén lefolytatott társadalmi vita eredményeként számos módosítás lépett életbe a LEADER Program végrehajtása kapcsán. A társadalmi vita eredményei főként jogszabályokban kerültek rögzítésre. Ennek egyike a LEADER Helyi Akciócsoportok<sup>3</sup> (továbbiakban: LEADER HACS) azon javaslata, amely a helyi szintű döntéshozatal erősítésére irányult. A LEADER HACS-ok javaslata alapján helyi bíráló bizottság létrehozása vált szükségszerűvé, amely előzetes szűrőként biztosítja azt, hogy a benyújtott projektek illeszkednek a Helyi Vidékfejlesztési Stratégiához (továbbiakban: HVS). Ez a szervezet a Helyi Bíráló Bizottság (továbbiakban: HBB). Új tényezőként jelent meg ebben a programozási időszakban, de a LEADER+ időszakában már hasonló szervezet jelen volt a Helyi Vidékfejlesztési Stratégiák<sup>4</sup> megvalósításában.

Magyarországon 2004–2006 között a LEADER+ program a tanulás időszaka volt. Ennek megfelelően a tapasztalatszerzés ideje volt a Helyi Községek/Akciócsoportok körében. A Helyi Bíráló és Monitoring Bizottság feladata volt a pályázatok összegző értékelése az erre szolgáló adatlapon. A kritériumoknak összhangban kellett lenniük a helyi vidékfejlesztési tervben vagy/és a pályázati felhívásban megfogalmazott preferenciákkal. Az akciócsoport, ill. a gesztor által megszabott kritériumokra adható maximális pontszám

<sup>3</sup> A LEADER Helyi Akciócsoport: az Irányító Hatóság által az előzetesen elismert vidékfejlesztési akciócsoportok közül az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alapból nyújtandó vidékfejlesztési támogatásról szóló 1698/2005/EK tanácsi rendelet 62. cikkének megfelelő helyi közösség.

<sup>4</sup> A Helyi Vidékfejlesztési Stratégia: az előzetesen elismert vidékfejlesztési akciócsoport által az általa lefedett területre kidolgozott fejlesztési stratégia.

nem haladhatta meg a tartalmi értékelés során szerezhető maximális pontszám (100 pont) 20%-át. Itt már megjelent a részleges önállóság a döntéshozatalban, de még csak egy szűk területen, kevés mozgástérrel.<sup>5</sup>

A 2007–2013 közötti programozási időszakban a LEADER HACS-ok már 2007-ben létrejöttek, jogi személyiségüket tekintve egyesület, non-profit kft, non-profit zrt. formájában. 2008-ban elkezdődhetett a HVS kidolgozása, ill. az év végén megjelentek az első pályázati lehetőségek az ÚMVP III. tengelyében. A LEADER célterületek és a pályázati felhívás csak 2009-ben lett meghirdetve. Az Akciócsoportokban a döntéshozatalt a választott jogi személyiségű szervezeti formától függően elnökségi ülésen, taggyűlésen, vagy igazgatósági ülésen gyakorolták. Ezek összetétele az Irányító Hatóság útmutatása<sup>6</sup> alapján történt, meghatározott formában kellett jelen lennie mindhárom szférának, hogy érvényesülni tudjanak a helyi igények. A testületben a civil és a vállalkozói szférának legalább 60%-os arányban kellett képviseltetnie magát.

Az első körben (2009. november) kiírt pályázatoknál az Akciócsoportok dolgozták fel a kérelmeket, hoztak határozatokat a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatallal kötött delegálási szerződésnek megfelelően, ill. végezték el az értékelést. A helyi érdekek és célok figyelembevételére csak a Helyi Vidékfejlesztési Stratégiához való illeszkedés vizsgálatakor volt lehetősége a pályázatok teljes körű feldolgozását követően, a döntéshozó testületnek. Az akciócsoportok szakmai munkájának ellenőrzését a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal végezte. A felülvizsgálat során számos adminisztratív és értékelési probléma jelentkezett, ami a pályázatok támogathatóságát és pontszámok változását eredményezte. A helyi célok és érdekek nem minden esetben tudtak érvényesülni (NÉMETH S. 2009).

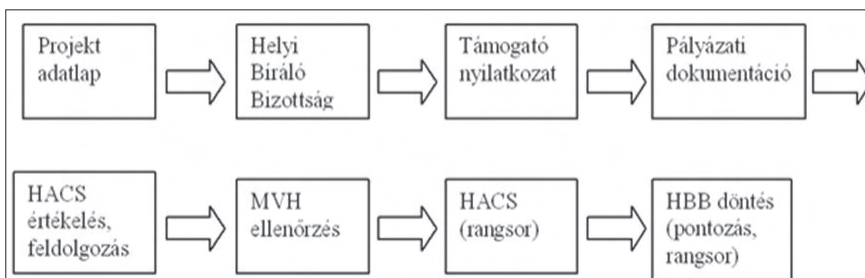
A 2011. évi változások a helyi döntések erősítésére, ill. az akciócsoportok szerepének erősítésére irányultak. Ennek megfelelően kezdte el működését a Helyi Bíráló Bizottság jelen pályázati időszak előtt, amelyben a civil és a vállalkozói szférának legalább 50%-ot képviselnie.

A HBB arra kapott felhatalmazást, hogy a LEADER HACS által a LEADER jogcímrendelet alapján közzétett pályázati felhívásban megjelenő célterületekben, a helyi jogosultsági kritériumként meghatározott LEADER követelményeknek való megfelelést a benyújtott projekt adatlap formanyomtatvány vonatkozásában előzetesen vizsgálja és döntést hozzon a későbbiekben pályázatot benyújtani kívánó ügyfelek által benyújtott Projekt adatlapban foglaltak HVS-hez, azaz a célterület vonatkozásában megfogalmazott LEADER kritériumokhoz való illeszkedéséről (8. ábra).

---

<sup>5</sup> Helyi Akciócsoportok Gesztor szervezetére és Helyi Bíráló és Monitoring Bizottságára vonatkozó eljárásrendje.

<sup>6</sup> 93/2007 (VII.29.) FVM rendelet.



8. ábra. LEADER pályázatok feldolgozásának és értékelésének folyamata

A HBB a projekt javaslatok értékelése során kizárólag a LEADER pályázati felhívás keretében előre meghirdetett LEADER kritériumoknak való megfelelésről hozhatott döntést. A HBB a benyújtott Projekt adatlapok alapján egyenként egyszerű többséggel döntött a projektek támogatásáról, ill. elutasításáról. A HBB által kiadott döntést és indoklását tartalmazó okirat az ügyfél által benyújtandó LEADER pályázat kötelező, utólag nem pótolható melléklete, amelynek csatolásáért az ügyfél a felelős. A dokumentum csatolásának elmulasztása a benyújtott pályázat értékelés nélküli elutasítását vonja maga után.<sup>7</sup>

Ez a döntéshozatali eljárás már a projektötlet beadásánál megtéli az adott pályázatot, a konkrét célok és ismeretek nélkül. A helyi érdekek, és célok figyelembevételére adott keretek között teljes mértékben lehetőséget biztosít.

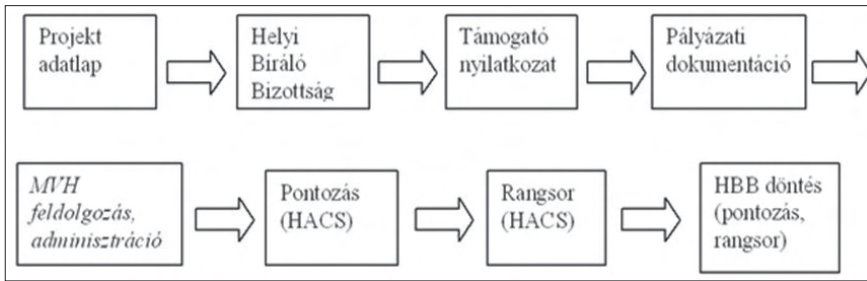
### Javaslat a 2014–2020 programozási időszakra

A fent bemutatott döntéshozatali eljárások alapján a következő EU programozási időszakban az alábbi modellek átgondolását javasoljuk. A Helyi Akciócsoportok, az MVH, és az IH kapcsolatának és köztük lévő munkaviszony átértelmezésével az alábbi feladatmegosztás és döntéshozatali eljárás is egy lehetséges út lehet.

#### *„Kiegészítő és támogató modell”*

A jelenlegi eljárások megtartása mellett, azok szakmai pontosítását jelentené. A pályázatok előzetes minősítését a HBB végezné, majd a konkrét pályázatok kapcsán a szakmai feladatok adminisztratív részét – jogszabályi megfelelés ellenőrzését – az MVH munkatársai végeznék, ennek befejezése után a pontozást, a HVS-hez való illeszkedést, a rangsorolást a HACS munkatársai, ill. a döntéshozó testület tagjai végeznék az IH útmutatása alapján (9. ábra).

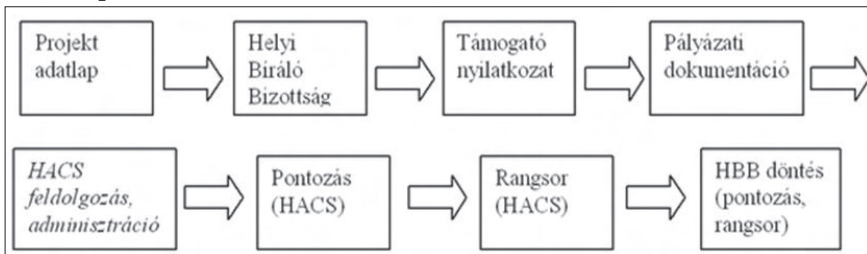
<sup>7</sup>Helyi Bíráló Bizottság eljárásrendje, Vidékfejlesztési Minisztérium.



9. ábra. A LEADER pályázatok feldolgozásának és értékelésének folyamata

### „Önálló modell”

A HBB már előzetesen minősítené a pályázatokat, ugyanúgy ahogy a „Kiegészítő és támogató modell” esetében, de ezt követően a HACS munkatársai, ill. a döntéshozó testület tagjai önállóan végzik az adminisztratív és szakmai feladatukat, hozzáadják meg a döntéseiket. Ebben a modellben a HACS-nak az IH útmutatásaira, szakmai felügyeletére szintén szükség van, a program sikeres megvalósulása érdekében. A HACS tagjainak, munkatársainak felkészültsége ebben az esetben kiemelkedően fontos, hiszen a felelősség teljes mértékben náluk összpontosul (10. ábra).



10. ábra. A LEADER pályázatok feldolgozásának és értékelésének folyamata

## Összegzés

Tanulmányunkban tisztáztuk a vidék fogalmát nemzetközi megközelítésben, végigvettük az EU vidékfejlesztési politikájának kialakulását, szükségszerűségét. Hazai vonatkozásban megvizsgáltuk, hogy hogyan változott a vidékfejlesztés intézmény- és finanszírozási rendszere, hazánk EU-csatlakozása óta. A vidékfejlesztés milyen forrásokkal, és hogyan tudott gazdálkodni az elmúlt szűk 10 évben. A téma jelentősége miatt az uniós előcsatlakozási alapok is bemutatásra kerültek a vidékfejlesztés vonatkozásában.

A 2007–2013 közötti uniós programozási időszak intézményrendszerét is vizsgáltuk. Az ÚMVP végrehajtása 4 szinten megy végbe, ezeket a szinteket bemutatattuk. Az ÚMVP III. és IV. tengelyében a Helyi Akciócsoportok a végső pontok az EU vidékfejlesztési politikájának megvalósításában, a tervezés és a megvalósítás mellett a döntéshozatal is a feladatuk a támogatások felhasználásában. A jelenleg érvényben lévő döntéshozatali eljárás az értekezésünkben tárgyalásra került, lehetséges változtatásokat, javaslatokat fogalmaztunk meg. A különböző döntéshozatali modellek között számos lehetőség és átjárhatóság kínálkozik.

Az elmúlt 7 évben megfelelő tapasztalatra, ill. a pályázati és pályázattal kapcsolatos gyakorlatra tettek szert a hazai vidékfejlesztő szakemberek. Alkalom kínálkozik arra, hogy a 2014–2020 közötti időszakban egy hatékony intézményrendszer tudjon működni. A tapasztalatokra építve növelhető lenne a HACS-ok szerepe, (a területenként jelentkező különbségek figyelembe vétele mellett) függetlensége a döntéshozatali eljárásokban.

## IRODALOM

- Az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program LEADER fejezetének végrehajtásában közreműködő Helyi Bíráló Bizottság eljárásrendje. – Vidékfejlesztési Minisztérium, Budapest, 2006.
- BENGS, CH.–SCHMIDT-THOMÉ, K. ed. 2005. Urban-rural relations in Europe. ESPON 1.1.2. Final Report. – Centre for Urban and Regional Studies, Helsinki University of Technology, Helsinki.
- EUROPE 2000, 2000+ – European Commission, Luxembourg, 1991, 1994.
- European Competitiveness Report 2003. – European Commission, Brussels, 130 p.
- Helyi Akciócsoportok gesztor szervezetére és Helyi Bíráló és Monitoring Bizottságára vonatkozó eljárásrend, AVOP IH.
- NÉMETH S. 2009. Az integrált és komplex vidékfejlesztés 2007–2013. – A Falu 4. 77–90.
- Nemzeti Vidékstratégia, 2012–2020. (online) <http://videkstrategia.kormany.hu/download/4/37/30000/Nemzeti%20Vid%C3%A9kstrat%C3%A9gia.pdf>
- NESZMÉLYI, Gy. 2002. Endeavors of the Central and East European countries to join the European Union – the case of Hungary. – East European Studies (Rep. of Korea) 11. 1. 65–97.
- NESZMÉLYI, Gy. 2004. The Hungarian Agriculture in the European Union – Korean Journal of Agricultural Extension 11. 2. 371–388.
- Nyertes LEADER+ Akciócsoportok. – VÁTI Kht., Budapest, 2006. (online) [http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/memberstates/enlarge\\_hu.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/memberstates/enlarge_hu.htm).
- The EU Rural Development Policy 2007–2013. – European Commission, Luxembourg, 2006.
- The Leader approach. A basic guide. – European Commission, Luxembourg.
- TÓTH T. szerk. 2009. Terület- és projekttervezés. – Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 190 p.
- TÓTH T.–GODA P.–MALOMSOKI M. 2009. A fenntarthatóság elemei a terület- és vidékfejlesztésben. – In: OROSZ Z.–SZABÓ V.–FAZEKAS I. szerk.: Környezet és energia. Debreceni Egyetem – MTA Debreceni Akadémiai Bizottság, Debrecen, 292–297.
- ÚMVP Irányító Hatóság 6/2011 (II.4.) sz. közleménye.
- 93/2007 (VII.29.), 147/2007 (XII.4.) FVM rendelet, 76/2011 (VII.29.) VM rendelet

## **Ár alatt – bevásárlóközpont a Sajó árterén** (*A 2010-es miskolci árvíz tanulságai*)

VICZIÁN ISTVÁN<sup>1</sup>–BALOGH JÁNOS<sup>2</sup>

### **Low prices, high floods – a shopping center on the floodplain of the Sajó river** (*Lessons learned from the great flood of 2010 in Miskolc*)

The paper studies the flooding of Sajó river in 2010, focusing on the role of geomorphology and meteorology as well as human activity in the inundation of Miskolc's eastern shopping district and the neighbouring village of Felsőzsolca. The devastating floods in the Sajó valley happened at the end of May and the beginning of June in 2010 as a result of two subsequent cyclones' extreme precipitation. The year 2010 was the rainiest year ever registered in Hungary. The unusual amount of precipitation however is only partly responsible for the resulting devastation. According to our geomorphologic research, the shopping district was constructed on the river's floodplain, just like other parts of the settlement damaged by the flood. These events brought attention to the potential dangers of building on floodplains and to the lack of flood prevention measures. The road and bridge ramparts constructed in the floodplain together with the extensive shopping centres further increased the flood's impacts.

**Keywords:** Sajó river, high flood, Miskolc, Felsőzsolca, flood risk, shopping center

### **Bevezetés**

Vizsgálataink során Miskolc bevásárlóközpontjainak telephely-választását, környezeti adottságait és a 2010. évi árvízi esemény tanulságait értékeljük geomorfológia szemszögből – kapcsolódást keresve Síkos T. Tamás bevásárlóközpontokkal foglalkozó kutatásaihoz (SÍKOS T.T.–HOFFMANN I.-NÉ 2012). 2010 júniusában az extrém időjárási események következtében egy szokatlanul nagy árvíz jelentkezett a Sajón és mellékvizein. A Sajó és Bódva vize nagy pusztítást okozva előntötte Felsőzsolcát és a Miskolc keleti határában épült bevásárló övezet egy részét is (*1. kép*). Térdig ért a víz a Sajó árterén épült Auchan áruházban, de más üzleteket is elért vagy körbevett az ár.

---

<sup>1</sup> Tudományos munkatárs, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest.

<sup>2</sup> Főtanácsos, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest.



1. kép. Bevásárlóközpontok a Sajó árterén, 2010. június 7. *Forrás:* <http://www.origo.hu/itt-hon/20100618-arviz-arter-evtizedes-mulasztas-miatt-epult-arterre-a-miskolci-auchan.html> (olvasó által készített fotó)

### Miskolc földrajzi környezete és bevásárlóközpontjai

Miskolc 166,8 ezres (2012) lakosságával Magyarország negyedik legnépesebb városa, a környező településekkel együtt – Budapest után – a második legnagyobb lélekszámú agglomerációja. A város évszázadok óta fontos kereskedelmi, gazdasági központja a régiónak. Különböző adottságú tájak találkozásánál fekszik és ez kedvezően hatott kereskedelme fejlődésére is. Az elmúlt évszázadokban Miskolc piacain cseréltek gazdát a hegyeségi és alföldi területek termékei. A mai kereskedelemben a táji adottságok szerepe elhalványult, de a domborzati, környezeti adottságok a bevásárlóközpontok helyválasztását ma is sokban meghatározzák.

A város közigazgatási területéhez több egykor önálló település tartozik. Nyugati, legmagasabban fekvő hegyeségi részei – Ómassa, Újmassa és Lillafüred – a Bükk-fennsíkot tagoló Garadna-patak szűk völgyében fekszenek. A festői Lillafürednél folyik a Garadna a Szinva-patakba. Innen keletre kezdődik a Bükk előterének hegyláb felszíni dombosága, amelynek magasabb részét karsztformákban gazdag triász mészkőrögök sorozata építi fel. Itt találjuk a Szinva keskeny völgyében Felsőhámort és Alsóhámort.

A dombvidék alacsonyabb fekvésű részein – Majlát, Diósgyőr, Újdiósgyőr városrészek környezetében – a Szinva patak völgye medenceszerűen kiszélesedik, majd Miskolc belvárosánál (Miskolci kapu) újra összeszűkül. Itt már harmadkori tengeri üledékek – homok, homokkő, márga, agyag, közbeépült szénrétegek – és miocén-kori vulkáni anyagok, főleg tufák építik fel a területet. A Szinvától északra a Tardonai-dombság, délre a Miskolc-Bükkalja kistáj patak völgyekkel tagolt dombsági területe fekszik. A dombság keleti végét Avas-Tetemvár vonulat alkotja, lábuknál már tipikus alföldi terület, a Sajó–Hernád-sík hordalékkúp-síksága terül el. Ezen a területen épült a 2010-es árvíz által sújtott bevásárló-övezet is, Miskolc és Felsőzsolca között.

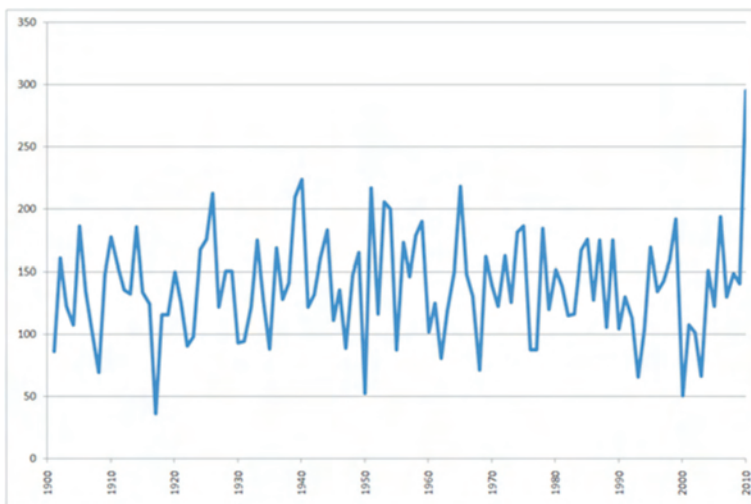
A város földrajzi adottságaiból következően a nagy alapterületű hipermarketek, raktáráruházak, nagy bevásárló központok jellemzően a város határán, az alföldi jellegű, sík területeken épültek fel. A város belső részei, a Garadna és a Szinva keskenyebb-szélesebb völgye csak korlátozottan lenne alkalmas ilyen beruházásokra, ott inkább csak szupermarketeket, egy-egy nagyobb áruházat találunk. A belváros legnagyobb kereskedelmi létesítménye a Szinvapark bevásárlóközpont, amely a város szívében áll az autóbusz-pályaudvarhoz is közel.

A város keleti részének síkságán épült hipermarketek, nagy bevásárló központok három helyen összpontosulnak. Miskolc *északi kereskedelmi övezete* a 26 sz. főút mellett a Szentpéteri kapunál (Tesco, OBI, Stop Shop stb.) található. A *déli kereskedelmi övezet* a 3 sz. főút mellett Görbölynél (Cora, Praktiker, Deichmann, Hervis stb.) fekszik. E két övezet a dombsági területek lábánál, a hegyláb felszín keleti peremén, ármentes térszínre épült. A *keleti kereskedelmi övezet* a Sajó árterületén a város keleti kapujánál (Auchan, Metro, Baumax, stb.) Felsőzsolca mellett épült ki, ezt érintette a 2010-es árvíz. A városszéli kereskedelmi övezetek közlekedés-földrajzi helyzete is igen kedvező, az áruházakat az M3-as autópályán és főutakon is könnyen meg lehet közelíteni.

### **A 2010-es árvíz eseményei, időjárásai és emberi okai**

A meteorológiai megfigyelések kezdete (1901) óta 2010 volt a legcsapadékosabb év Magyarországon. Abban az évben országunk területén 959 mm csapadék hullott, amely 135 mm-rel haladta meg az addigi legmagasabb értéket (1940: 824 mm). Az árvizeket okozó májusi és júniusi csapadék is rekord mennyiségű volt, a szokásos értékek dupláját adta (1. ábra).

A rendkívüli csapadékmennyiség két mediterrán ciklonhoz köthető. A *Zsófia* ciklon május 15. és 18. között érkezett, heves záporral, zivatarral, felhőszakadás-szerű esőzéssel járt. A Sajó és a Hernád vízgyűjtőjén helyenként 100 mm-t is meghaladta a lehullott csapadék mennyisége e pár nap alatt. Az *Angéla* ciklon május 31. és június 4. között érkezett és még nagyobb csapadékok hozott, a Sajó és a Hernád vízgyűjtőjén 100–150 mm esett (Ujváry K. 2010).



1. ábra. A májusi és júniusi csapadékösszeg országos átlagának alakulása 1901-től 2010-ig. (UJVÁRY K. 2010 alapján)

Az árvízi helyzetek kialakulásához az is hozzájárult, hogy a ciklonok előtti időszak is csapadékos volt, így a későbbi esőzések vize kevésbé tudott a talajba beszivárogni, mert az már telítetté vált. A Zsófia ciklonnal járó heves esőzések következtében országszerte megáradtak folyóink, patakjaink. Kritikus árvízi állapot alakult ki a Sajó, a Bódva és a Hernád környezetében is, a folyók együttes áradása miatt több mint 2000 embert kellett kitelepíteni a térségből, több település közúton megközelíthetetlenné vált. A Sajó árhulláma Felsőzsolcánál május 18-án 440 cm-en tetőzött. A két ciklon közötti időszakban is gyakori volt a heves csapadék, de a folyók vízszintje némileg csökkent.

Az Angéla ciklon bőséges csapadékának még nagyobb árvízi hatása lett, azért is mert rövidebb – alig két héttel – a Zsófia ciklon után érkezett és a két esemény hatása így részben összeadódott. A Bódván és a Sajón is súlyos árvízi helyzetet alakult ki, a két folyó egyes szelvényein meghaladta a valaha mért legnagyobb vízállását (LNV) (KUGLER Zs. 2010). A Sajó Felsőzsolcánál 475 cm-en tetőzött június 6-án. Felsőzsolcán az ár- és belvíz következtében összesen 173 lakóingatlan dőlt össze vagy sérült meg helyreállíthatatlanul. 2010 június 6-án és 7-én közel 25 ha, a település 80%-a állt víz alatt (Központi Statisztikai Hivatal, 2011). Ekkor került víz alá Miskolc *keleti bevásárló övezetének* egy része is (2. kép). Leginkább az Auchan hipermarket volt érintett, amelynek polcai fél méteres vízben álltak (3. kép).

Az árvíz egy kivételes időjárási helyzethez kapcsolódott, de nem új jelenség e területen. 1974-ben egy hasonlóan nagy árvíz öntötte el Felsőzsolcát és az áruháznak helyet adó területeket. A terület földtani, geomorfológiai

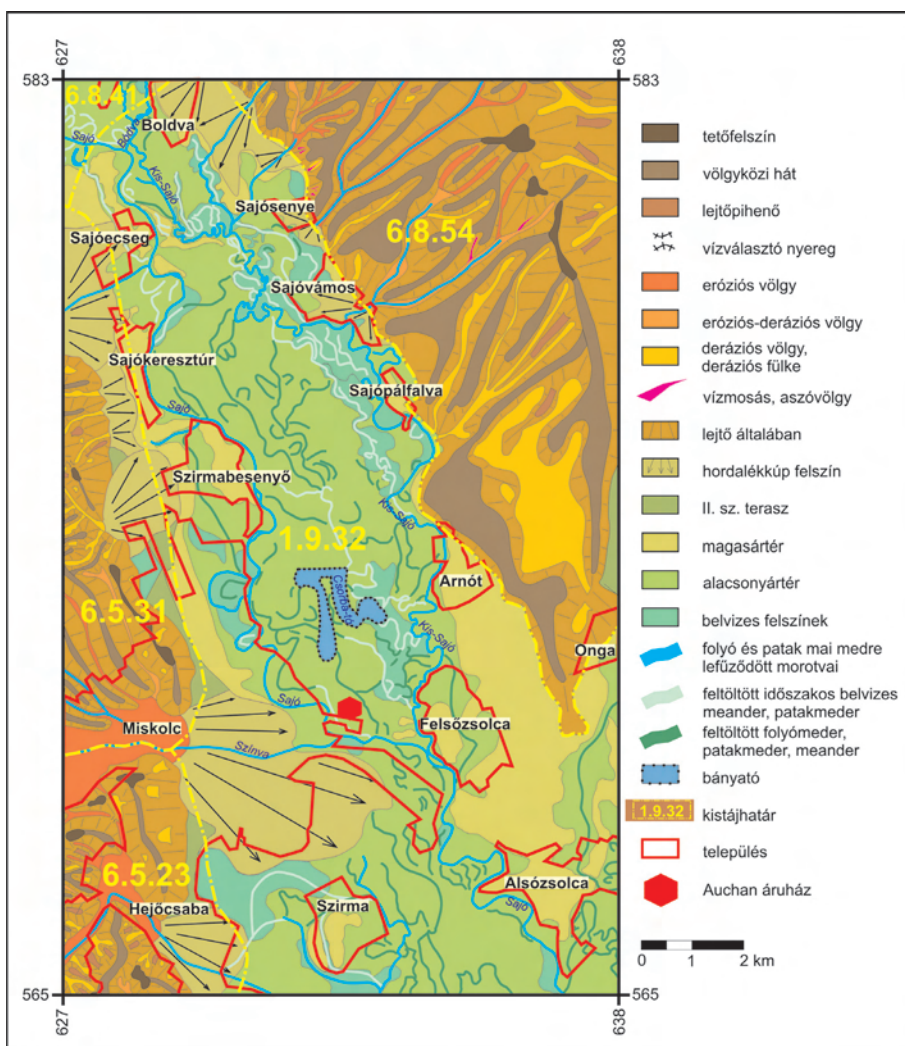


2. kép. Árvíz alatt Miskolc keleti bevásárló övezete, 2010. június 6. [http://www.koh7.hu/6\\_szerkeszto/01\\_kosdi/100606\\_arviz/arviz.html](http://www.koh7.hu/6_szerkeszto/01_kosdi/100606_arviz/arviz.html) (Fotó: MTI)



3. kép. A víz borította eladótér a miskolci Auchan áruházban. *Forrás:* [http://kepek.origo.hu/galleryesdisplay/gdisplay?xml=/1006/V\\_z\\_20106716475/gallery.xml&rovat=fotoriport](http://kepek.origo.hu/galleryesdisplay/gdisplay?xml=/1006/V_z_20106716475/gallery.xml&rovat=fotoriport) (olvasó által készített fotó)

adottságai is a folyók meghatározó domborzatformáló hatásairól árulkodik (2. ábra). A Sajó és a Bódva együttes árterén máig jól látszódnak a nyomai annak, hogy a folyók hogyan változtatták vagy hagyták el medreiket a múltban. A kivételesen nagy árvizek idején a teljes árter ma is víz alá kerülhet és az elhagyott medrek időszakosan újra élőkké alakulnak, átlagos nagyvíz idején ezek a területek belvizessé válnak (4. kép).



2. ábra. A Sajó-völgy geomorfológiai térképe Boldva és Alsószolca között (szerk. BALOGH J.–VICZIÁN I. 2012). – Kistájak: 1.9.32 = Sajó–Hernád-sík; 6.5.23 = Miskolci-Bükkalja; 6.5.31 = Tardonai-dombság; 6.8.41 = Sajó-völgy; 6.8.54 = Nyugati-Cserehát



4. kép. Google map légifelvétel a Sajó völgyéről Miskolc környékén (2010 december). A képen jól láthatók a befagyott bányatavak és a Sajó egykori és időszakos medrei, amiket fagyott talajvíz és hó tölt ki. A piros hatszög az Auchan hipermarket helyét mutatja

Az árvízi helyzet súlyosságát növelték azok az építmények, amelyek a víz szabad levonulását vagy ártereken való tározódását akadályozták. A Sajó, a Bódva és mellékvízfolyásaik egyesült ártere Miskolc és Felsőzsolca között az árvízvédelmi gátak közé szorítva tölcészerűen összeszűkül, ami a víz folyásának lelassulását és a víztömeg felduzzadását eredményezi. Éppen ezen az ártéri részen épült meg Miskolc *keleti bevásárló övezete*. A nagy területű áruházak és parkolók alatti területet 2–4 m-rel töltötték fel az építésük során, körülöttük kisebb árvédelmi gátakat építettek. Az Auchan áruháznál volt a

legkisebb a mesterséges feltöltés, így az árvíz is ezt érintette leginkább. A hatalmas áruháza miatt az árter kevesebb vizet tud befogadni és az építmények a vizek levonulását is akadályozzák a 2010-eshez hasonló katasztrófális árvizek idején.

Az árterén épült utak töltése is gátként működik árvíz idején. Az M30-as autópálya, a 3. sz. főút Felsőzsolcát elkerülő szakasza, a Sajó híd előtti úttöltés mind-mind az árteret szűkítették. Ha lábakon, pilléreken vagy nagyobb átereszekkel épültek volna meg kevésbé állták volna a víz útját és duzzasztó hatásuk is mérsékeltebb lett volna.

A Felsőzsolcát ért pusztító árvizek nem a Sajó felől, a települést nyugatról védő árvízvédelmi töltéseken átcsapva érkezett, hanem – a lakosokat is meglepő módon – északi irányból a Kis-Sajó irányából öntötte el a települést. A Kis-Sajó – amelyet nagyrészt a Bódva táplál – vízmélysége általában nem éri el az 50 cm-t, ám most a folyó vízszintje rövid idő leforgása alatt 5 m magasra emelkedett. A megduzzadt Sajó a Kis-Sajó vizét Felsőzsolcánál nem volt képes befogadni, így az megtalálva régi természetes medreit, előntötte a települést. A Sajó mellett épült töltések, úttöltések, és más építmények gátolták a víz átvonulását a településen, így az annyira visszaduzzadt, hogy 50-cm-rel magasabb lett a szintje a Sajó vízállásánál.

A vízszint csökkentéséhez több ponton át kellett vágni a Sajó árvízvédelmi töltéseit és több úttöltést. Később nagy teljesítményű szivattyúk bevetésével igyekeztek normalizálni a helyzetet. Az a körülmény, hogy a települést északról érte a víz, rámutatott, hogy a Kis-Sajó mellett és a Sajó bal partján az árvédelmi gátak nem voltak alkalmasak ilyen méretű árvíz fogadására. Kérdés, hogy a víz szabad levonulását akadályozó építmények, az áruházak miatt feltöltött területek, az árteret gátszerűen keresztező M30-as autópálya Felsőzsolcát elkerülő szakaszának töltése mennyiben járult hozzá a Sajó visszaduzzasztásához, a vízszint olyan mértékű megemelkedéséhez, ami a települést északról védő töltések átszakadásához vezetett?

### **A Sajó hordalékkúp felszínének geomorfológiai viszonyai és az árvíz tanulságai**

Az árvízi helyzet kialakulásának megértéséhez, nem elég csak az időjárási és az emberi okokat megismernünk, hanem a terület geomorfológiai, vízföldrajzi viszonyait (2. ábra) is vizsgálnunk kell.

A Felsőzsolcának és a Miskolc keleti bevásárló övezetének is helyet adó Sajó hordalékkúpján fekvő árterület a Sajó–Hernád-sík természetföldrajzi kistájhoz tartozik és orográfiai az Alföld felszínéhez kapcsolódik. A Miskolci-Bükkalja, a Tardonai-dombság, a Sajó-völgy és a Nyugati-Cserehát kistájak közé beékelődött sík felszínen az akkumulációs folyamatok már a

földtörténet alsópannon időszakában intenzívek voltak. A középhegység tömegébe benyúló öblözetet azóta a mai vízhálózat elődei, és a megjelenő "ős-Sajó" deltája alakította, amely a mai Putnoktól Miskolcig követhető nyomon (FRANYÓ F. 1966; HEVESI A. 1985).

A domborzati viszonyok változásával a felsőpannon végétől a felszínfejlődési folyamatok felgyorsultak. A pliocén rétegekre átmenet nélkül települtek a pleisztocén durvaüledékek, amelyek a süllyedések és az ősföldrajzi környezet miatt különböző vastagságban építik fel a hordalékkúp felszínét. Felsőzsolca feletti bányákban a kavicsvagyron közel 40 millió m<sup>3</sup>. A Sajó–Hernád hordalékkúpja egyhangú gyengén tagolt ártéri sík. A pleisztocén kavicsot több helyen vékony homok, lösz- vagy homokos lösz fedi. Hosszú, 2–3 m magas homokhátaikat 1–2 m mély, egykori feltöltött medrek és lefűzött morotvák tagolják. A jelenkori elhagyott, lefűzött, szabályozott medrek a II. sz. teraszok között a Sajó és a Kis-Sajó (Bódva) több km szélességben belvizes mélyárterein követhetők nyomon. A Bükkből az ártérre érkező patakok alsó szakasza a reliefenergia hiánya miatt rossz lefolyású Csincések között kanyarog. A nagyobb elhagyott medrek, kanyarulatok mind a Sajótól, a Kis-Sajótól, a Bódvától és a Hejőtől származnak.

A Sajó Sajópüspökinél lép Magyarország területére, vízgyűjtő területe 12 728 km<sup>2</sup>, amelyből csak 4223 km<sup>2</sup> (33%) esik a hazai területre. A Sajó vízgyűjtő területe Felsőzsolcáig 6440 km<sup>2</sup>, átlagos vízhozama nagyvízkor 520 m<sup>3</sup>/sec, átlagos vízhozama középvízkor 32,4 m<sup>3</sup>/sec, átlagos vízhozama kisvízkor 0,7 m<sup>3</sup>/sec. A Bódva torkolat felett az esése 40 dm/km, alatta sokkal kisebb. A folyó hordalékszállítása nagy, a Bódva beömléséig kanyarogva feltöltődő közép szakasz jellegű. A Bódva torkolata alatt a meder ágakra bomló, meanderező (Kis-Sajó) alsó szakasz jellegű a folyó (GÁBRIS Gy. 1970; GÁBRIS Gy. *et al.* 2001). Nagyvízkor a szállított vízmennyiség közepes vízhozamát 10–15-ször, kisvízhozamát 100–200-szor múlja felül.

A Sajó árterén két geomorfológiai szintet különítünk el. Az alacsony vagy mélyártér azt a területet jelenti, amit a folyó rendszeresen elönthet árvizei esetén. Ennek mélyebben fekvő részeit minden évben elborítja az ár, magasabb fekvésű területeit csak ritkán érik el a nagyobb árvizek. Mivel a Sajó Miskolc és Felsőzsolca térségében szabályozott, a folyó az árvédelmi töltések közti hullámteret tölti csak ki nagyvizei esetén. A másik geomorfológiai szint a magas ártér, ezt csak a legnagyobb, katasztrofális árvizek öntik el, amelyek szélsőséges természeti jelenségekhez (2010-eshez hasonló időjárási viszonyok, folyókon kialakult jégtorlasz), ill. antropogén okok következtében alakulnak ki.

A geomorfológiai térképen jól látszik, hogy a települések régi magjai magas ártérre és ármentes teraszfelszínre, hordalékkúpokra, dombsági területekre épültek. Az árvízvédekezés hatékonysága és az átlagos időjárású évek tapasztalatai miatt a települések sok helyen lenőttek a gátakkal védett alacsonyártéri területekre is. Ez sajnálatos, mivel alacsony ártéri területeken

a beépített felszínek továbbra is ki vannak téve a negatív árvízi hatásoknak, szélsőséges meteorológiai és havária eseményeknek. Nem csoda, ha itt a legjelentősebbek a nagy árvizekhez köthető károk is.

Felsőzsolcán a magasabb fekvésű Várdomb szárazon maradt még a 2010-es árvíz idején is, a magas ártér alacsonyabban fekvő részein lévő utcákat és az elmúlt évtizedekben az alacsony ártérre épült házakat pedig előntötte az ár.

Az Auchan áruház építéséhez az Észak-magyarországi Környezetvédelmi, Természetvédelmi és Vízügyi Felügyelőség sem az engedélyeztetés első körében (2006. december), sem a másodikban (2007. december) nem járult hozzá, mivel az építést egyrészt a Sajó nagyvízi medrében, árvízveszélyes területen tervezték, másrészt a nagyméretű építmény jelentősen lecsökkenti a Sajó folyó árvízi tározójának jelenlegi térfogatát. Az áruház később mégis megkapta az építési engedélyt, amely odavezetett, hogy a nagylétesítmény azóta is folyamatosan ki van téve az extrém csapadékok, ill. nagy árvizek fenyegetésének.

## Összefoglalás

A Felsőzsolcát és Miskolc keleti bevásárló övezetét pusztító 2010-es árvíz több tényező szerencsétlen együttállásából alakult ki. A geomorfológiai kutatások is megerősítik, hogy ilyen események a jövőben is előfordulhatnak, az alacsony ártéri területeken a beépített felszínek továbbra is ki vannak téve a negatív árvízi hatásoknak, szélsőséges meteorológiai és havária eseményeknek.

A 2010-es árvíz csak részben magyarázható természeti okokkal. Látnunk kell az emberi felelőséget is az alacsony ártéri építkezésben, a közművek, utak kialakításában és a nem megfelelő árvízi védekezésben is. Joggal érheti kritika azokat a cégeket, akik ártérre vagy védett mocsárra építik üzleteiket és az építési tilalom vagy a védett természeti értékek ellenére is építési engedélyt járnak ki maguknak. Mint a Sajó-völgy példáján bemutattuk, de az ország számtalan településén is láthatjuk (BALOGH J. *et al.* 2006; BALOGH J.–SCHWEITZER F. 2001; LÓCZY D. *et al.* 2009; KIS É.–LÓCZY D. 1985), hogy olyan helyeken épülnek lakóházak és más épületek, ahol a környezeti feltételek nem megfelelőek. Felsőzsolca katasztrófája és a bevásárló központok szerencsétlensége szolgáljon tanulságul a jövőbeli építkezésekhez.

## IRODALOM

- BALOGH J.–KIS É.–SCHWEITZER F.–VICZIÁN I. 2006. Feltételezett klímaváltozások kapcsolata az árvizekkel és a belvizekkel a Tisza Jász-Nagykun-Szolnok megyei árterein. – In: LÁNG I.–JOLÁNKAI M.–CSETE L. szerk.: A globális klímaváltozás: Hazai hatások és válaszok. VAHAVA zárókonferencia, Akaprint, Budapest, CD-ROM.

- BALOGH J.–SCHWEITZER F. 2001. A vízföldrajzi környezetértékelés néhány fontos tényezője. – In: KOVÁCS J.–LÓCZY D. szerk.: A vizek és az ember. Tiszteletkötet Lovász György professzor úr 70. születésnapjára, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi Intézet, Pécs, 13–31.
- FRANYÓ F. 1966. A Sajó–Hernád hordalékkúpja a negyedkori földtani események tükrében. – Földrajzi Értesítő 15. 2. 153–178.
- GÁBRIS GY. 1970. Fial mederváltozások kutatásának módszerei a Sajó hordalékkúpjának példáján. – Földrajzi Közlemények 18. 294–303.
- GÁBRIS GY.–FÉLEGYHÁZI E.–NAGY B.–RUSZKICZAY Zs. 2001. A Középső-Tisza vidékének negyedidőszak végi folyóvízi felszínfejlődése. – In: DORMÁNY G.–KOVÁCS F.–PÉTI M.–RAKONCZAI J. szerk.: A földrajz eredményei az új évezred küszöbén. Magyar Földrajzi Konferencia, SZTE TTK FTT, Szeged, CD-ROM.
- HEVESI, A. 1985. Geomorphology, geological structure of Bükkalja. – In: JAKUCS P. szerk.: Ecology of an oak forest in Hungary: Results of „Sikfőkút Project” I. Akadémiai Kiadó, Budapest, 15–16.
- KIS, É.–LÓCZY, D. 1985. Geomorphological mapping in an alluvial plain and the assessment of environmental quality. – In: PÉCSI, M.: Environmental and Dynamic Geomorphology. Case Studies in Hungary. Studies in Geography in Hungary 17. Akadémiai Kiadó, Budapest, 181–192.
- Központi Statisztikai Hivatal, 2011. A 2010. évi árvíz Borsod-Abaúj-Zemplén megyében. – KSH, 2011. június.
- KUGLER Zs. 2010. A borsodi árvizek az úrból. – Geodézia és Kartográfia 62. 9. 30–35.
- LÓCZY, D.–KIS, É.–SCHWEITZER, F. 2009. Local flood hazards assessed from channel morphology along the Tisza River in Hungary. – Geomorphology 113. 3–4. 200–209.
- SIKOS T.T.–HOFFMANN I.–NÉ 2012. A kiskereskedelem új kihívói. Bevásárlóközpontok Budapesttől Prágáig. – Akadémiai Kiadó, Budapest, 280 p.
- UJVÁRY K. 2010. A „Zsófia” és „Angéla” ciklon csapadék-szinoptikai közelítése és előrejelezhetősége. – Légkör 55. 4. 137–147.



