



HATÁRON INNEN ÉS TÚL

HANTOS PERIODIKA IMPRESSZUM

Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar

gondozásában, 2020-ban alapítva,

félévente megjelenő tudományos elektronikus/nyomtatott ingyenes folyóirat,

3. évfolyam, 2. szám, 2022/2.

Kiadó, felelős kiadó:

Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Veresné Prof. Dr. Somosi Mariann dékán

A szerkesztőbizottság elnöke, főszerkesztő:

Dr. Musinszki Zoltán

Főszerkesztő-helyettes, kapcsolattartó:

Dr. Molnár László, e-mail: marm1@uni-miskolc.hu

Szerkesztőbizottság:

*Prof. Dr. Balaton Károly, Dr. habil. Nagy Szabolcs, Dr. Nagy Zoltán,
Prof. Dr. Sikos T. Tamás, Veresné Prof. Dr. Somosi Mariann*

Szakmai és nyelvi lektorálás:

a Miskolci Egyetem oktatói és külső minősített oktatók, szakemberek

A szerkesztőség címe:

*Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
3515 Miskolc, Egyetemváros*

Nyomdai előkészítés, tördelés, olvasószerkesztő:

Szűcsné Dr. Markovics Klára, klara.markovics@uni-miskolc.hu

Megjelenés:

*Megjelenik A/5 méretben, nyomtatva 50 példányban vagy elektronikusan
a <http://gtk.uni-miskolc.hu/> felületen. Terjesztve városi és országos szinten címlista alap-
ján.*

ISSN 2732-0405

Tartalomjegyzék

Mohammad Alhariri

THE EFFECT OF INFRASTRUCTURE INVESTMENT ON TOURISM IN HUNGARY.....6

Bánné dr. Gál Boglárka

AZ AGGLOMERÁCIÓS TELEPÜLÉSEK FEJLŐDÉSÉNEK GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI HATÁSAI..... 13

Greutter-Gregus Éva

A VÁROS RUGALMASSÁGI INDEX (CRI) KÖRNYEZETI DIMENZIÓJÁNAK ELEMZÉSE A BORSOD-ABAÚJ-ZEMPLÉN MEGYEI VÁROSOK ESETÉBEN. 26

Kisantal Barbara

A KORONAVÍRUS HATÁSA A Z GENERÁCIÓ SZABADIDŐS TEVÉKENYSÉGÉRE EGY FELVIDÉKI KISVÁROS PÉLDÁJÁN KERESZTÜL . 43

dr. Kocsicska Ivana

A MAGYAR ÉS A SZERB EGÉSZÉGÜGYI DOLGOZÓK MUNKÁJUKKAL VALÓ ELÉGEDETTSÉGÉNEK ÖSSZEHASONLÍTÓ VIZSGÁLATA 67

Rosa Alamian

THE UNDERSTANDING OF DECISION-MAKING STYLE IN ORGANIZATIONS BY CULTURAL DIMENSIONS IN IRAN AND HUNGARY 90

Khan Fawad, dr. Kunos István

“A LITERATURE SURVERY ON THE RELATIONSHIP OF TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP WITH CHANGE MANAGEMENT” 98

Senan Amer

THE IMPACT OF STRATEGIC LEADERSHIP ON THE ADMINISTRATIVE EMPLOYEES PERFORMANCE IN THE MINISTRY OF EDUCATIONS IN JORDAN 112

Somayeh Kariman

THE IMPORTANCE OF IMPROVING COMMUNICATION SKILLS FOR IINTERNATIONAL STUDENTS 132

Szabó Szilvia

AZ IDEGENNYELV-TANULÁS MOTIVÁCIÓI ÉS GÁTLÓ TÉNYEZŐI 151

dr. Bihariné Kalászdi Beáta

EGYETEMI HALLGATÓK FOGYATÉKOSSÁGGAL ÉLŐKKEK KAPCSOLATOS BEFOGADÓ ATTITÚDJÉNEK VIZSGÁLATA A MISKOLCI EGYETEM KÉT KIVÁLASZTOTT KARÁN TANULÓK ESETÉBEN..... 162

Hajdu Gergő

A TARTALOMMARKETING TÖRTÉNETE 171

Katalin Kurucz	185
EXAMINATION OF CONSUMER BEHAVIOUR IN CASE OF GLUTEN- AND LACTOSE-FREE PRODUCTS BASED ON A SURVEY CONDUCTED IN HUNGARY.....	185
Zoltán Somosi	
HOW TO START THE SEO, USING ON-PAGE TECHNIQUES - ANALYSIS AND SUGGESTION FOR STARTING FIRMS	195
Bihari Péter	
SZÉNERŐMŰVEK SZEREPE KÍNA ENERGIAMIXÉBEN.....	208
Saleh Jawarneh	
FINANCIAL PERFORMANCE ANALYSIS OF JORDANIAN COMMERCIAL BANKS USING CAMELS RATING MODEL	219
Gergely Kiss	
GAMIFICATION IN SERVICE OF SOCIETY	232
Mohammad Kamel Talal Kashour	
TERRITORIAL DISPARITIES IN THE EUROPEAN RESIDENTIAL ENERGY USE	243
Takácsné Papp Adrienn	
AZ ÉGHAJLATPOLITIKAI KÉRDÉSEK MEGJELENÉSE AZ ÖNKORMÁNYZATOK STRATÉGIA TERVEZÉSI GYAKORLATÁBAN	256

THE EFFECT OF INFRASTRUCTURE INVESTMENT ON TOURISM IN HUNGARY

Mohammad Alhariri

PhD Candidate

1. Introduction

Tourism is an economic activity determined by the demand for and supply for its products and services, using the existing resources in a particular place to result in either a positive or negative socioeconomic result. Several variables can measure these socioeconomic results, one of them being the nights spent by tourists in a particular place or country. The higher number of nights spent, the higher is the revenue from the tourists, due to a more extended period of expenses that could be spent during this period.

2. Theoretical Background

1.1. Gravity Model

Physics and economics have a hidden connection when it comes to geoeconomics; it is the gravity model, which suggests that there is gravitation power between two entities and it is directly proportional to the entities masses and inversely proportional to the distance between them, just like the gravitation law of Newtons (Morley et al., 2014). The gravity model in geoeconomics is utilized to explain the flows of migration, trade, and recently to explain the flows of tourists, and it is given as the following equation:

Equation 1: Gravity model

$$F_{ij} = B \frac{(GDP_i)^\alpha (GDP_j)^\lambda}{(Dist_{ij})^\xi} U_{ij}$$

(Morley et al., 2014)

F represents the flows, and usually, the masses are measured as the GDP as the previous equation. Dist is the distance between the two entities i and j, U represent the error term, and the B, α , λ , ζ are parameters to be estimated. This equation can be legitimized to become like the following equation:

Equation 2: The legitimized equation of gravity model

$$\ln F_{ij} = \beta + \alpha \ln GDP_i + \lambda \ln GDP_j + \xi \ln Dist_{ij} + \varepsilon_{ij}$$

After it had been used to explain economic and non-economic activities, it started to be also used in the tourism industry, as tourism can be considered a particular type of trade. Tourists flows were used as the flows (F) in the previous equation instead of the flows of migrants or other types of flows. However, the tourism industry's gravity model suffered from the lack of theoretical background and available data before. Still, nowadays, the models have been improved and tested, especially after (Kimura & Lee, 2006) proved that the gravity model is better in prediction services flow than goods flow.

This model initially was used by adding only the population and the geographical distance between the two areas. Still, later then, more complicated variables were added, such as the income of the origin and destination countries, price levels, and other cultural variables like language. (Eilat & Einav, 2004) found that factors like exchange rates, price elasticities, destinations risk, and common border and language can affect tourists flows. While (Gil-Pareja et al., 2007; Morley et al., 2014; Santana-Gallego et al., 2010) searched the importance of the common currency and the exchange rates between origin and destinations countries.

However, the gravity model in trade deals with merchandise flows that are different in the tourism situation. It deals with human flows, and more studies have been searching and adding new dependable variables to make the model better. Nevertheless, why not change the independent variable instead of the dependent one by a better represent for the tourism industry. This new variable may be the night spent instead of tourist's arrivals since tourists are considered a better proxy for tourism revenues. In addition, it feels the time dimension, which tells how much tourists stay in a particular place (Culiuc, 2014).

1.2. Transportation

Transportation is an important sector to promote growth, trade, and development (Polyzos, 2004). (Khadaroo & Seetanah, 2007) proved that transportation infrastructure has contributed positively to the number of arrivals, this increase could be caused by enhancing the tourist experience in the destination country (Smith, 1994), making it easy to get to and get around in the destination country (Prideaux, 2000). (Kaul, 1985) recognize that transportation is an essential component for tourism development where it can create new attractions for tourists; that is why investment in transportation infrastructure is vital in tourism development policies.

3. Empirical Modeling

As the simplest form of the gravity model, the international flow increases with the economical mass represented by GDP or population. On the other hand, it decreases by the distance between the origin and destination country. In addition, more explanatory variables were added, such as language.

Eviews software was used to analyze the cross-sectional panel data. Estimates are done using the year dummy variable.

3. Equation: Legitimized gravity model

$$\begin{aligned} \ln NS = c + \beta_1 \ln GDP_p_o + \beta_3 \ln GDP_p_d + \beta_4 contig + \beta_5 \ln dist \\ + \beta_6 \ln Invest \end{aligned}$$

1. Table: Variables

Variable	Definition	Expected Sign
LnNS	Natural logarithm of the night spent by tourists in Hungary	Dependent Variable
LnGDPpo	Natural logarithm of GDP per capita in the Origin country	+
LnGDPpd	Natural logarithm of GDP per capita in Hungary	-
Contig	A dummy variable equals one if Albania and origin o share the same border and equals zero otherwise.	+
LnDist	Natural logarithm of the distance between Hungary and origin.	-
LnInvest	Natural logarithm of total infrastructure investments in Hungary at year t.	+

4. Calculations

2. Table: Calculations for total investments in transportation infrastructure

	Pooled OLS		Fixed Effect		Random Effect	
	Estimate	Pr	Estimate	Pr	Estimate	Pr
Supply Side Variable						
GDPpj	0.1	0.6	-0.5	0	-0.5	0
Invest	0.06	0.6	0.1	0	0.1	0
Demand Side Variable						
GDPpj	0.6	0	1.7	0	1.6	0
Fractions						
Dist	-1.7	0			-2.1	0
Contig	-0.7	0			-0.6	0.1
Constant	6.8	0	-0.1	0.2	5.6	0
Adjusted R ²	0.3		0.97		0.4	
Observations	548		548		548	

3. Table: Calculations with detailed Infrastructure investments

	Pooled OLS		Fixed Effect		Random Effect	
Supply Side Variable	Estimate	Pr	Estimate	Pr	Estimate	Pr
GDPpj	0.6	0	-0.4	0.01	-0.4	0.01
Iair	0.03	0.6	0.003	0.8	0.004	0.8
Irail	0.1	.03	0.1	0	0.09	0
Iroad	-0.01	0.9	0.05	0.005	0.05	0
Demand Side Variable	Estimate	Pr	Estimate	Pr	Estimate	Pr
GDPpj	0.6	0	1.4	0	1.5	0
Fractions	Estimate	Pr	Estimate	Pr	Estimate	Pr
Dist	-1.7	0			-2	0
Contig	-0.7	0			-0.6	0.5
Constant	6.2	0	-0.9	0.3	4.9	0
Adjusted R ²	0.3		0.4		0.4	
Observations	518		518		518	

As shown in the previous tables, Fixed effect and Random effect have the highest adjusted R² results, and all of them in the random and Fixed effects are statistically significant except the constant in the fixed effect in the first equation, and except the Air transportation in the random and fixed effect equations. Adjusted R-squared values are relatively satisfactory, and the signs follow the initial expectations. Therefore, we can confirm that the statistical significance of fundamental gravity model factors, the number of nights tourists spend in Hungary, depends on the bilateral distance and the respective economic size. Developing an appropriate basic infrastructure enhances the number of nights tourists spend in Hungary, especially the railway's transportation investments.

5. Abstract

Europe is considered one of the essential destinations in the world, holding 51% of the global tourist arrival in 2019 (World Tourism Organization, 2020). tourism can affect and be affected by many factors such as unemployment, migration, GDP, population growth rates, and average ages. These factors can play as push or pull factors. Therefore, it is vital to know the effect of each element on achieving the needed balance to develop the underdeveloped regions, attract tourists, and create demand in new areas. The main objective of this study is to study the effect of one of the potential pull factors on the number of nights spent in Hungary. In addition, infrastructure investments would be added to the gravity equation of tourism. The analysis is based on 28 countries nights spent in Hungary from 2000 until 2019.

References

- Culiuc, A. (2014). Determinants of International Tourism. IMF Working Papers, 14(82), 1. <https://doi.org/10.5089/9781484383032.001>
- Eilat, Y., & Einav, L. (2004). Determinants of international tourism: A three dimensional panel data analysis. *Applied Economics*, 36(12), 1315–1327. <https://doi.org/10.1080/000368404000180897>
- Gil-Pareja, S., Llorca-Vivero, R., & Martínez-Serrano, J. A. (2007). The effect of EMU on tourism. *Review of International Economics*, 15(2), 302–312. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9396.2006.00620.x>
- Kaul, R. N. (1985). *The Dynamics of Tourism*. Sterling Publishers, 1: The Phe.
- Khadaroo, J., & Seetanah, B. (2007). Transport infrastructure and tourism development. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 1021–1032. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.05.010>
- Kimura, F., & Lee, H. H. (2006). The gravity equation in international trade in services. *Review of World Economics*, 142(1), 92–121. <https://doi.org/10.1007/s10290-006-0058-8>

Morley, C., Rosselló, J., & Santana-Gallego, M. (2014). Gravity models for tourism demand: Theory and use. *Annals of Tourism Research*, 48, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.008>

Polyzos, S. (2004). Public works, investments and their regional economic effects. *Operational Research*, 4(3), 373–388. <https://doi.org/10.1007/bf02944153>

Prideaux, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21(1), 53–63. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00079-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00079-5)

Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F. J., Pérez-Rodríguez, J. V., & Cortes-Jimeñez, I. (2010). Does a common currency promote countries' growth via trade and tourism. *World Economy*, 33(12), 1811–1835. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2010.01305.x>

World Tourism Organization. (2020). UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, May 2020. In *UNWTO World Tourism Barometer* (Vol. 18, Issue 2). <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.2>

AZ AGGLOMERÁCIÓS TELEPÜLÉSEK FEJLŐDÉSÉNEK GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI HATÁSAI

Bánné dr. Gál Boglárka
Phd. hallgató, Miskolci Egyetem

1. Az agglomeráció, mint jelenség

Az elmúlt évtizedekben jelentős változáson mentek keresztül a nagyvárosok és a környezetükhöz szorosan kapcsolódó települések. Ez a változás, agglomerációs jelenséggé vált érzékelhető. Az agglomeráció latin eredetű szó, jelentése tömörülés, egyesülés, azaz a nagyvárosok előrenyomulása térben. Ebben a kontextusban a nagyvárosok szorosan kapcsolódnak a közelebbi és távolabbi környezetükhöz. A fejlődő város szervesen összefüggő együttessé fejlődik a környező településekkel, illetve az érintett települések egy részével összeolvad. (Lengyel I, 2000) Az agglomerációhoz tartozó kisvárosok bizonyos szerepköröket átvesznek a központtól, tehermentesítik azt, továbbá ipari teljesítményükkel csökkentik a nagyváros terheit. Mindezek után kialakul egy elővárosi övezet.

2. A városfejlődési modellek kialakulása

A folyamatosan kialakuló gazdaságföldrajzi változások szükségképpen társadalmi, szociológiai hatásokkal is bírtak. A falusi társadalmak felbomlása az urbanizáció megindulásához vezetett. (Szirmai, 2009) Az iparosodás kezdeti fázisának munkaerő-szükséglete megbontotta a falusiak helyhez kötöttségét, s a falu lakói tömegesen költöztek a városokba. (Bajmócy P. 2002) A tudományág kialakulásában alapvető szerepe volt a Chicagói iskolának, amelynek alapítói Park, Burgess és McKenzie voltak. Értelmezésükben a környezeti viszonyok nagy szerepet játszanak a városi társadalmak megértésében. Különböző térszerkezeti modelleket vázoltak fel, melyekkel a területi és társadalmi összefüggéseket magyarázták meg. (Szirmai, 2009, Csanádi et al, 2009). A kezdeti elméleteken túl új gazdasági-társadalmi modellek,

irányzatok alakultak ki, amelyek új perspektívából reflektáltak a változó körülményekre.

3. Ökológiai vagy evolúciós modell

A XX. század elején kialakuló városszociológia alapjául egy új irányzat szolgált, amely a humánökológia nevet kapta. Az ökológusok szerint „minden mindennel össze van kötve. Ez az ökológia alapelve, legyen szó növény-, állat-, környezet - vagy városökológiáról”. Követői azt állítják, hogy a modern város kialakulása egy hosszú evolúciós folyamat összességéként alakult ki és ebben a folyamatban az ipari-technológiai fejlődése játssza a meghatározó szerepet. Az ökológiai vagy evolúciós modellek szerint a városok fejlődésének szakaszai a világ különböző részein megegyeznek egymással, a fejlődési stádiumok mindenhol ugyanabban a sorrendben követik egymást. A különbség abban lehet fel, hogy az egyes városok adott időben éppen melyik fázisnál tartanak. A modellnél a városfejlődés mozgatórugója az iparosítás, a gazdasági fejlettség. (Kocsis J. B. 2000) Az első evolúciós modellt, a Chicagói Iskolához tartozó Roderick McKenzie dolgozta ki, aki a város fejlődését a közlekedés és a kommunikáció átalakulásától tette függővé (Kocsis, 2009). Modelljében az (1850-ig tartó) vasút előtti korszak, az (1850-1900 közötti) vasút korszaka, majd az (ez utáni) gépjármű korszaka különülnek el. Később, újabb evolúciós modellek születtek, melyek, Peter Hall, Leo van den Berg és Enyedi György nevéhez fűződnek.

4. A négyfázisos modell

Az európai városfejlődést legnagyobb hatással a Hollandiában működő geográfusok elemezték (Berg et al., 1982). A legelterjedtebb, a holland iskola modellje, amelyet Leo van den Berg és munkatársai dolgoztak ki. Az elmélet szerint a modern városfejlődés négy fázisa különül el:

- Urbanizáció: Ezt a fázist a magváros központi területeinek gyors népességszám növekedése jellemzi. A rurális területekről a népesség a városokba áramlik a mezőgazdaság fejlődésének és az iparosodás terjedésének köszönhetően.

- Szuburbanizáció: A magváros térbeli növekedése eléri a környező területeket és megindul a dekoncentráció. A túlszűfolt városközpontból a nyugodtabb városkörnyéki elővárosokba költöznek a magasabb társadalmi státuszú rétegek, ezáltal létrejönnek a szuburbán területek. A lakossági kiköltözést hamarosan követi a gazdasági kiáramlás is. Közben a központi területeken kialakulnak a hivatali és bevásárló központok, nő az üzleti negyed, ezzel a magváros, különösen annak központi övezete veszít lakófunkciójából, a történeti városrészek romlani kezdenek.
- Deurbanizáció: A harmadik szakaszban a városrégiókból történő továbbáramlás a domináns. Megindul a kis- és közepes városok népességszám-növekedése, amelynek hatására kiegyenlítettebbé válik az ország városhálózata. Fontos tényező, hogy a nagyvárosok belső városrészei nehezen megközelíthetővé válnak. Először a lakosság, majd a vállalkozások is a jól elérhető területeket választják a zsúfolt város helyett.
- Reurbanizáció: Az utolsó szakaszra ismét a városba áramlás a jellemző, amely több különböző okra vezethető vissza. Az egyik az aktív, tudatos várospolitikai, amely a belváros vonzerejének visszaállítására, a népesség visszavonására törekszik. Másik ok lehet a világvárosoknak, mint az információ- és tőkeáramlás központjainak kiemelt, kedvező helyzetbe kerülése. Ebben a korban jelenik meg először a tudatos politika, mint korszakváltást kiváltó egyik lehetséges ok.

Leo van den Berg modellje szerint Budapest agglomerációja az 1990-es évek elején a szuburbanizáció szakaszába lépett.

Peter Hall hat különböző fázist határozott meg (az előbbihez hasonló) modelljében, ahol az első három szakaszt az industrializáció és a városok növekedése, a második három szakaszt a dezindustrializáció és a városok hanyatlása jellemzi. (Csanádi et al, 2009).

5. A városnövekedés szakaszai Enyedi György osztályozásában

Enyedi György (Enyedi, 1988) modellje szerint a modern urbanizáció ciklikus jellegű, amelyben koncentrációs és dekoncentrációs szakaszok váltják egymást. Az egyes szakaszok a legfejlettebb régiókban születnek meg, majd innen terjeszkednek a perifériák felé.

Modelljében elkülöníti:

- a városrobbanást (robbanásszerűen nő a nagyvárosok népességszáma),
- a relatív dekoncentrációt (kialakulnak a városi agglomerációk, megerősödik a kisvárosi szerkezet),
- a dekoncentrációt (fokozódik a területi dekoncentráció és az agglomeráción kívüli területek népességnövekedése), illetve
- az informatika urbanizációját (széles körben elterjed a csúcstechnológia, kialakul az egységes civilizációs szintű településrendszer, újjáélednek a városközpontok).

Enyedi, a korszakváltásokat a gazdasági fejlődéshez köti, bár megjegyzi, hogy a szocialista országok nagyvárosai lemaradva, és bizonyos egyedi vonásokkal követik a nyugati városokat. Leírásában négy fő sajátos vonást vázol fel, amelyek között megtalálható az állami beavatkozás ténye is, az iparosítás, mint a városok fejlődésére gyakorolt fontos hatás formájában. A városok fontossága két tényezőre vezethető vissza, amelyek egymást részben egy egészben meghatározzák: a népességszámra és a városi szerepkörökre, az azokat megtestesítő intézményekre.

6. A historicista vagy történeti megközelítés

A történeti irányzat képviselői Szelényi, Lefebvre, Hall, Fishman, Castells. Ők az ökológiai vagy evolúciós megközelítésekkel szemben tagadják az azonos fázisok lineáris egymás után következését, továbbá nem fogadják el a gazdaság, mint kizárólagos tényező szerepét. Szerintük a városok időbeli fejlődésében az egyedi történeti, politikai, társadalmi, kulturális tényezők játszanak elsődleges szerepet. (Csanádi-Csizmady, 2002).

7. Klasszikus elméletek újragondolása

A 2000-es évek környékén a korábbi elméleteket új szempontok kezdtek kiegészíteni. Egyre nagyobb szerepet kapott az információ, az információs társadalom, a modern technológiák, és a tömegkommunikáció. Manuel Castells nevéhez köthető többek között a 'globális város'

kifejezés. Castells szerint a városok közötti hálózatok jelentik a világ-gazdaság fejlődésének motorját. (Castells, 1977, Castells, 1989, Pintér, 2000, Susser, 2002) Tézise szerint a társadalom minden szinten hálózatokba szerveződik, így az információs korszak új térbeli mintázatot hoz létre (az áramlások terét).

8. Térgazdasági modellek reflektálása az agglomerációs jelenségekre

A térbeli szerkezet fejlődését folyamatában figyelemmel kísérik egyes térgazdasági modellek. Ezen folyamatok nyomon követéséhez nyújt segítséget a MARKOV-láncok elmélete, mely szerint egy adott térbeli egységet különböző szempontok szerint különböző területi egységekre oszthatunk fel, vagy településeit különböző kategóriákba csoportosíthatjuk. Egy fejlődő, dinamikus térbeli rendszerben azonban a csoportosítások, kategóriák tartalma és terjedelme nem egyszer s mindenkorra adott, hanem közöttük átcsoportosulások mehetnek végbe. Egy település az egyik népességszám, vagy funkció szerinti kategóriából magasabba, vagy alacsonyabba léphet át, a népesség az egyik területegységről a másikra vándorolhat, stb. Ezeket az időbeli „átmeneteket”, egyik kategóriából vagy területegységből a másikba való átlépést az elmúlt időszak alapján bizonyos valószínűségekkel kifejezhetjük. Hosszabb időtávokat vizsgálva a MARKOV-lánc bizonyos idő után eljut egy olyan stádiumba, amikor a népességeloszlás vagy a településstruktúra egyensúlyba kerül, és a továbbiakban az ismételt átcsoportosulások már nem hoznak változásokat az arányokban, az egész folyamat stabil és változatlan marad. Meg kell jegyezni azonban, hogy vannak ún. elnyelő MARKOV-láncok. Egy MARKOV-láncot elnyelő láncnak nevezünk, ha van legalább egy ún. elnyelő állapota, amelyből lehetetlen átmenni egy másik állapotba. Ha például, a központi körzetbe csak bevándorlás lenne, de onnan elvándorlás nem, akkor könnyen előfordulhat, hogy előbb vagy utóbb a folyamat olyan állapotba kerül (elméletileg), amelyben az ország egész népessége a központi körzetben koncentrálódna. Alig több mint ötven éves az a felismerés, hogy a gazdasági (pl.: kereskedelmi, strukturális, stb.) és társadalmi (pl. migrációs, képzettségbeli, stb.) viszonyokat kifejező mutatók egy országon belül is különbözhetnek. A gazdaság térrel összefüggő klasszikus, de

fontos eleme az a földrajzi pont, amit a gazdaság szereplője, működésének helyéül (telephelyéül) kiválasztott. A gazdasági szereplők elhelyezkedésének, ill. a telephely kiválasztással összefüggő elemzések Thünen (1783-1980) nevéhez kötődnek. Thünen 1826-ban megjelent „Az elszigetelt állam” c. munkájában vizsgálta a városok és a vidék között fennálló kapcsolatokat, valamint a szállítási távolságnak a költségekre gyakorolt hatását. A Thünen-féle vizsgálatok az un. földhasználati modellből indultak ki, amelynek alapja a telephelyhez kapcsolódó haszon, vagyis az a jövedelem volt, ami a mezőgazdasági termelés céljára igénybe vett földterületből származik. Modelljében Thünen feltételezte, hogy a gazdálkodók jövedelmük maximalizálására törekcszenek („racionális ember”), és a termelés útjában nem állnak fizikai akadályok. (Lengyel I 2003) Így a piacra jutási (azaz a szállítási) költségek voltak a hasznot befolyásoló legfontosabb tényezők. A termékek piaci ára, valamint a termelési és a szállítási költségek függvényében változott a jövedelmezőség. Thünen ebből arra a következtetésre jutott, hogy:

- Az értékes, romlandó árukat a piac közelében kell termelni.
- Az alacsonyabb értékű, nagyobb tömegű mezőgazdasági termékeket a piactól távolabb célszerű előállítani.
- A föld intenzívebb használatára a fontosabb mezőgazdasági piacok köze-lében kerül sor.
- A földhasználat intenzitása a piacoktól távolodva csökken.

9. Klasszikus ipari telephelyelméletek

A feldolgozóipar telephelyek kiválasztására irányuló modellek a fizikai tényezők (pl.: az energiaforrások, a nyersanyagok, a víz, az olcsó földterület) megoszlását (elérhetőségét) vették alapul. Ezeknek a modelleknek négy típusa azonosítható: városi-ipari telephely, a költség minimalizálását célzó telephely, a térbeli korlátozás modellje és a viselkedés megközelítések. A városi területhasználati modellek a feldolgozóipart a város belső területein (Bruggess koncentrikus modellje), a főútvonalak mentén (a Hoyt által javasolt szektorális modell), vagy ipari elővárosokban (Harris és Ullman többmagvú városmodellje) helyezték el. Ez a feldolgozóipari változatosságát és a különböző iparágak telep-

helyi igényeit tükrözi. A modellek az ipar elhelyezkedését írják le, többnyire azon megfontolás alapján, hogy a vállalkozók ott létesítenek gyárakat, ahol a költségek a legalacsonyabbak, mivel racionálisan cselekszenek, azaz jövedelmük maximalizálására törekszenek. A modellek elsősorban a szállítási költségeket és a munkaköltségeket vették figyelembe, továbbá az ún. agglomerációs gazdasággal számoltak. (Kocziszky Gy. 2001) Az 1940-es években az észak-amerikai nagyvárosokban a települések népességének gyors növekedése miatt megjelentek a városközpont mellett a periférikus bevásárlóközpontok, ugyanakkor a városi népesség továbbra is a jövedelem és a státusz szerint különböző lakóövezetbe tömörült. Az amerikai nagyvárosoknak több, specializálódott központja alakult ki, a szubcentrumok is megjelentek a városok peremén:

- központi üzleti negyed (CBD), vagy városközpont,
- nagykereskedelmi és könnyűipari terület,
- alsóosztály lakóterülete,
- középosztály lakóterülete,
- felsőosztály lakóterülete,
- nehézipari terület,
- városperemi üzletcentrum/ok, (szubcentrum/ok),
- elővárosi terület,
- munkáskerületek

10. Az agglomeráció - szuburbanizációs hatás kialakulásának okai

A városfejlődési elméletek, szuburbanizáció alatt, a városi népesség és a városi tevékenységek decentralizációját értik, ami a város közigazgatási határán kívül valósul meg. A korszakra az ott élők, elsősorban a jobb módú, magasabb társadalmi státuszú lakók elköltözése jellemző. Ezek az új lakóhelyet keresők a városkörnyéken telepsznek le, ezzel megindul az agglomeráció népességnövekedése, kialakulnak a szuburbán területek.

A szuburbanizáció okainak két nagy csoportját különbözteti meg a szakirodalom: a vonzó tényezőket („pull factor”) és a taszító tényezőket („push factor”). (Csanádi et al, 2009). Vonzó tényezők esetén a már kialakult szuburbia vonzza a népességet, míg taszító tényezők esetén

a (bel)városi népességet az elköltözésre ösztönzik. A főbb pull faktorok elsősorban a jó levegő, a tiszta és rendezett környezet, a természetközeli életmód, a csendes, kevésbé zsúfolt lakókörnyezet, a jobb közbiztonság, az elérhetőbb családi házas életforma, a divatos lakónegyed (Csanádi et al, 2009). A főbb push faktorok a városközpont lakhatásra való alkalmatlansága, a városi rossz levegő, zaj és zsúfoltság, a városközpont elégtelen közbiztonsága, a nagy autóforgalom, a jellemzően nem családi házas lakóforma, az egyre emelkedő ingatlan- és megélhetési árak, vagy a kedvezőtlen társadalmi összetétel (Csanádi et al, 2009).

11. Az agglomerációs települések gazdasági, társadalmi, környezeti hatásai

Magának, a szuburbanizációs folyamat kialakulásának, felgyorsulásának fontos elősegítői: a lakó- és munkahely szétválása, a közlekedés fejlődése, a személygépkocsi és a (tömeg)kommunikáció terjedése, a családok külvilágtól való elszeparálódásának, illetve a családi háznak, mint lakóegységnek a korábbinál erősebben felmerülő igénye, valamint a magasabb státuszú csoportok elkülönülési vágya (Tímár, 1999). A gazdasági kitelepülések fő mozgatórugója: a nagyvárosok ingatlanárainak növekedése, a városkörnyék könnyebb megközelíthetősége illetve az agglomeráció népességnövekedéséből fakadó új igények megjelenése. A szuburbanizációs folyamatok alakulásában fontos tényező a fogadó település, önkormányzata. A legtöbb településvezetőnek ugyanis elsődleges, hogy a település milyen „képet mutat” magáról, a költözni vágyók mit látnak a potenciális településen. Az egyéni döntéseket többnyire meghatározhatja a település városképe, infrastrukturális, intézményi felszereltsége, fejlettsége, híre, népszerűsége, illetve még számos olyan tényező, amelyeket a települések vezetői, befolyásolni, alakítani képesek, A „vonzó tényezőket”, illetve azok egy részét, meghatározhatják a települések vezetői, ezáltal hatással lehetnek a beköltözések mértékére. A gazdasági költözések esetében szintén fontos, hogy mit tud „biztosítani” egy-egy település, milyen ingatlanokat, telkeket kínál a vállalkozások részére, illetve milyen egyéb lehetőségeket nyújt.

12. A fejlődést meghatározó tényezők

Az egyes agglomerációs településeknek nem egyforma a „lakosság- és vállalkozásvonzó képessége”, ami joggal veti fel azt a kérdést, hogy milyen tényezőkön múlhatott a szuburbanizációval érintett települések eltérő alakulása. Ez egyértelműen több tényező függvénye. Meghatározó szempontok lehetnek a települési adottságok, a gazdasági helyzet, politika, vagy a településvezetők döntései. A települések életére, fejlődésére nagymértékben befolyással vannak: annak sajátosságai (területi tőke), annak vezetése (helyi politika), illetve az állami beleszólás (szabályozások). Az agglomerációs településeket érintő fontos, alapvetően meghatározó hatás a rendszerváltáskor felgyorsuló szuburbanizáció folyamata. A települések irányítóinak így döntést kellett, és kell ma is hozniuk azzal kapcsolatban, hogy mennyire támogatják, segítik elő, vagy hátrítják a lakosság, illetve a gazdasági társaságok beköltözését területükre. Az agglomerációs települések eltérő helyzetben vannak – földrajzi-, társadalmi-, gazdasági-, anyagi-, és még egy sor egyéb tényező tekintetében. Az eltérő anyagi helyzet, nagymértékben meghatározza a döntéshozók lehetőségeit. A szuburbanizációs folyamatok településenként eltérő alakulása, mindenképpen függ a településirányítástól, annak működésétől, szemléletétől, illetve a kidolgozott stratégiájától. A településfejlesztési politika nagymértékben meghatározhatja, hogy az agglomerációban lakást keresők melyik települést választják végül, mert a nagyvárosból érkezők hozzászoktak a nagyobb infrastrukturális, szolgáltatási és intézményi ellátáshoz, amiről nem mondanak le könnyen. Az agglomerációs önkormányzatok a településüket érintő fejlesztésekkel (bölcsődei ellátás megteremtése, óvodai férőhelyek számának növelése) a kisgyermekes családoknak kedvezhetnek, míg más egyéb fejlesztésekkel (utak minőségének javítása) a gazdasági szervezeteknek is biztosíthatnak jobb infrastrukturális feltételeket.

13. Miskolci agglomeráció

Az agglomerációs települések fejlődésének hatásait egy konkrét, az Észak-magyarországi régióban megismerhető példán kívánom bemutatni.

A szuburbanizációs folyamat nagyban hozzájárult a miskolci agglomerációs tér átrendeződéséhez. Az átalakulás során megváltozott a települések társadalmi és gazdasági és funkcionális szerkezete, mely során például az avasi lakótelepen élő népességnél megfigyelhető az elvándorlás. (KRISTÓF, A. 2018) A belvárosi részek romló társadalmi presztízse felbontotta a Megyei Jogú Város korábbi társadalmi modelljét. Ennek hatására új városrészek jelentek meg, melyek a jobbmódú lakosság elkülönült településrészévé vált. Ilyen városrészek voltak az Avasalja, az Egyetemváros, a Berekalja, Az említett folyamat jelentősen megváltoztatta a miskolci agglomeráció szuburbán településeit. A nagyváros déli részén megerősödött a Bükki hegység kistelepüléseinek nagy része, mint Kisgyőr Bükkszentkereszt, Harsány, Bükkaranyos stb. Továbbá a Miskolc közvetlen környezetében lévő települések, - így Kistokaj, Mályi, stb.- a jómódú lakosság kedvelt településeivé váltak. (Szalainé H. A. - Fejes L. - Szabó Zs. - Szilágyi F., 2007)

Amennyiben az agglomerációs lehatárolás tudományos módszertanát vizsgáljuk, úgy számos szempont figyelembe vehető. Jelen cikkben az agglomerációként értelmezendő települések megnevezéséhez azt a kritériumot kívánom érvényesíteni, hogy a központtól (jelen esetben Miskolctól) 25 percen belül megközelíthetők legyenek. Ezek a települések: Alsózsolca, Felsőzsolca, Onga, Szirmabesenyő, Mályi, Arnót, Sajóvamos, Sajóbáony, Kistokaj, Sajókeresztúr, Sajóecseg és Sajópálfala. A szakirodalom alapján ennek a szempontnak az alkalmazása már kevésbé használatos – mivel az ingázási útvonalak idővel kibővültek – ám jelen kontextusban, figyelembe véve a területi specifikumokat továbbra is értelmezhető. (Tóth G. – Nagy Z., 2014)

A push faktorként megjelenő környezetszennyezés, zsúfoltság, rossz levegő Miskolcon több nagyvárossal ellentétben általános jelenség volt, hiszen a lakosság több, mint fele a rendszerváltozás idején lakótelepeken élt, közvetlenül a jelentős környezetszennyező nagy ipari üzemek mellett.

Ezen negatív hatásokat figyelembe véve a lakosság tehetősebb része lecserélte miskolci ingatlanát és a miskolci agglomerációban található települések valamelyikére költözött, annak ellenére, hogy az érintett település vonatkozásában jelentős infrastrukturális hátrányok voltak tapasztalhatók. (KRISTÓF, A., 2018)

A miskolci agglomeráció településeinek fejlődése elsősorban az ipari parkok teljesítményére vezethető vissza. A gazdasági fejlődés hagyományos ipari központoknak is lendületet tudott és tud adni. A kisebb ipari központok vonatkozásában inkább a gazdasági profil erősödés volt érzékelhető. A miskolci agglomeráció városainál nagyváros közvetlen és közvetett hatása erőteljesebben érvényesül, mint a környezetükben lévő, nagyvárostól távolabb eső települések.

A mennyiségi növekedés mellett a minőségi elemek is gyarapodtak, s nem csak a népességet, hanem a gazdasági tevékenységet is jobban koncentrálnak.

13. Konklúzió

Összességében tehát elmondható, hogy a településszerkezetek átalakulása, az urbanizáció és a szuburbanizáció olyan tárgazdasági átalakuláshoz vezetnek, melyeknek társadalmi hatásai is jól érzékelhetőek. Ezeknek a mechanizmusoknak a folyamatait a különböző gazdaságtudományi modellek is magyarázni kívánják. A szerkezeti változások új társadalmi berendezkedést is eredményeznek, amely során jól mérhetőek a települések lakosságösszetételének átalakulásai, az ezzel járó infrastrukturális fejlődés, valamint a környezetátalakulás.

Irodalomjegyzék

Bajmócy, P. (2002): Szuburbanizációt kiváltó okok a vidéki Magyarországon. In: Abonyiné Palotás J. – Becsei J. – Kovács Cs.: A magyar társadalomföldrajzi kutatás gondolatvilága. Szeged, Ypsilon Kiadó, pp. 247-255.

Berg, L. van den, et al. (1982) Urban Europe: A Study of Growth and Decline. New York, Pergamon, 184. pp

Castells, M. (1977): The Urban Question. London, Edward Arnold

Castells, M. (1989): The Informational City. Oxford, Blackwell

Csanádi, G. – Csizmady, A. (2002): Szuburbanizáció és társadalom. Tér és Társadalom, XVI. évf. Budapest, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete, pp. 27-55.

Csanádi, G. – Csizmady, A. –Kőszeghy, L.–Tomay, K. (2009): Társadalom – Tér – Szerkezet. Budapest, ELTE TáTK, VRKK, 263. pp.

Enyedi Gy. (1988): A városnövekedés szakaszai. Budapest, Akadémiai Kiadó, 115. pp.

Kocziszky, Gy. (2001): Területfejlesztés gazdaságtana. Miskolc, Miskolci Egyetem Európai Gazdaságtana Intézet, 7. pp.

Kocsis, J. B. (2000): A szuburbanizáció jelenségének főbb elméleti megközelítései a városszociológia és más rokon tudományterületek irodalmában. Tér és Társadalom. 14. évf. 2-3. sz. Budapest, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete, pp. 311-321.

Kocsis, J. B. (2009): Városfejlesztés és városfejlődés Budapesten 1930-1985. Budapest, Gondolat Kiadó, 200. pp.

Kristóf, A. (2018): A Szuburbanizáció társadalmi-gazdasági hatásai és következményei a miskolci agglomerációban. Nyíregyháza, Tóth Könyvkiadó és Könyvkereskedés, pp. 62-68.

Lengyel, I. (2000): A regionális versenyképességről, Közgazdasági Szemle XLVII. évf. Budapest, Közgazdasági Szemle Alapítvány, pp. 962-984.

Lengyel, I. (2003): Verseny és területi fejlődés. Szeged, JATEPress, pp. 36-45.

Pintér, R. (2000): A globális információs társadalom: Castells – The Information Age. Kézirat, Budapest, pp. 11-26.

Szalaiiné, H.A. et al (2007): Miskolc Város társadalma és gazdasága, Miskolc, Központi Statisztikai Hivatal, Miskolci Igazgatósága, 79. pp.

Szirmai, V. szerk. (2009): A várostérségi versenyképesség társadalmi tényezői. Hogyan lehetnek a magyar nagyvárostérségek versenyképesebbek? Budapest-Pécs, Dialóg Campus Kiadó, 320. pp.

Tímár, J. (1999): Elméleti kérdések a szuburbanizációról. Földrajzi értesítő, XLVIII. évf. 1-2. füzet, Budapest, pp. 7-31.

Tóth, G. – Nagy, Z. (2014.): Az agglomerációk, településegységek lehatárolásának eredményei. Területi Statisztika, 3, 289–299. o.

A VÁROS RUGALMASSÁGI INDEX (CRI) KÖRNYEZETI DIMENZIÓJÁNAK ELEMZÉSE A BORSOD-ABAÚJ-ZEMPLÉN MEGYEI VÁROSOK ESETÉBEN

Greutter-Gregus Éva

Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
greguseva77@gmail.com, reggrege@uni-miskolc.hu

1. Bevezetés

A különböző világgazdasági folyamatok, mint a globalizáció vagy a digitalizáció a városok életére is számottevő befolyással bírnak. Az egyre növekvő népességgel új városok születnek és az eddigiek még zsúfoltabbá válnak, az ott lakóknak egyre több kihívással kell megküzdeni. Emellett nő társadalmi, környezeti szerepük, gazdasági jelentőségük is, melyet legjobban a globális bruttó hazai termékhez való hozzájárulással mérhetünk. A felmerülő problémákkal, mint például a megfelelő szennyvíz és hulladékkezelés vagy a társadalom jóllétének elősegítése napjainkban egyre több szakember foglalkozik, ezzel is kiemelve a téma fontosságát és elősegítve azok megoldását. A városok ezért új fejlesztési irányokat tűztek ki célul, mint a smart city, fenntartható város, tudás város stb kiépítése.

Megjelenik a reziliencia fontossága a városok életében, melynek segítségével lehetőség nyílik akár a környezeti hatásokra (pl.: klímaváltozás, árvizek) való válaszadásra, az egyensúlyi (egyensúlyközelítő) állapot megtalálására vagy visszaállításának könnyebbé tételére. A reziliencia ugyanis a városok esetében ellenálló képességet vagy a különböző hatásokra történő rugalmas reagálást fejez ki.

Jelen tanulmányomban a fő hangsúlyt a környezeti dimenziót érintő kihívásokkal kapcsolatos elemzésre helyeztem, mert ez a terület számomra fontos és egyben úgy gondolom napjainkban igen aktuális és további kutatásokat igényel. A vizsgálat tárgyát a Borsod-Abaúj-Zemplén megyében található városok képezik. Célom ezen települések környezeti hatásokkal szembeni rezilienciájának számszerűsítése és a települések rangsorolása CRI index számítás segítségével.

2. Reziliencia és fenntartható város

Amikor fenntarthatóságról beszélünk, ember alkotta rendszereket, azaz létesítményeket, ágazatokat, városokat, szervezeteket akarunk fenntartani, vagy természeti rendszerek ember által történő rombolását kívánjuk megakadályozni. Tehát nem csupán a természet, a környezet megvédéséről van szó, hanem a társadalom és az emberi tevékenységek különböző rendszereinek a működőképességéhez szükséges feltételeinek a biztosításáról (Fleischer, 2017; Greutter-Gregus, 2020). Az okos városok és közösségek (Smart Cities and Communities, SCC) szerves részét képezi a fenntarthatóság és fordítva (Cavada et al. 2014). A városoknak törekedniük kell a sokkok elkerülésére, a városi funkciók eredeti állapotának fenntartására, hogy a társadalmi dimenzió szempontjából fontos, meglévő életminőséget fenntarthatassák és fejleszthessék (Buzási, 2017). A városok rezilienciája a fenntartható fejlődés kulcsfontosságú eleme (World Bank, 2016).

A reziliencia fogalom hosszú utat járt már be. Eredetileg a környezet-tanban a sokszerű külső hatásokkal szembeni rugalmas alkalmazkodás képessége (Holling, 1973). A tisztán természettudományos megközelítések tovább gondolásait hozták azok a tanulmányok, amelyek a sérülékenységet a társadalmi-ökológiai rendszerek egymásba-ágyazottsága kapcsán vizsgálták (Berkes and Folke, 1998; C Folke, 2006). Pirisi (2019) szerint a reziliencia társadalmi konstrukció, melyet térbeli alapon szerveződő, intézményesült és informális kapcsolatok összekapcsolt közössége hoz létre. A kapcsolatok által hordozott készségek és tudás együttese lehetővé teszi a változó, a közösség szempontjából külsődleges társadalmi, gazdasági, politikai és ökológiai feltételekhez való folyamatos alkalmazkodást, a közösség működőképességének megtartását és a képességet a saját készségek, valamint tudás gyarapítására és a struktúra megújítására, ezáltal a közösség kiszolgáltatottságának csökkentésére. Izsó 2014-ben az alábbiakat fogalmazta meg: A reziliencia az egyén vagy szervezet külső hatásokra való rugalmas alkalmazkodóképessége, adaptációja tulajdonképpen képlékenység és stabilitás egy időben. Negatív élethelyzetek esetén adaptívan reagálva képes az egyén vagy szervezet újra egyensúlyi állapotba kerülni, ezáltal minimálisra csökkenteni vagy legyőzni a megpróbáltatások negatív, károsító hatásait. Az adaptív folyamat során az

egyén vagy szervezet problémákat old meg, tanul, megújul és fejlődik. Újra egyensúlyi állapotba kerül, mely nem azonos a régivel, mivel képessé teszi magát a jövőbeni hasonló sokkhatásokkal való eredményes megküzdésre is (Izsó, 2014; Greutter-Gregus, 2020). Pirisi ezekre a megállapításokra hivatkozva a reziliencia fogalmát alkalmazta a települések közötti fejlődési különbségek megmagyarázására (Pirisi, 2017).

Székely (2015) tanulmányában több szempont szerint is foglalkozik a reziliencia aspektusainak rendszerezésével. Ezeket az 1. és 2. táblázat tartalmazza.

1. táblázat: A reziliencia fajtái és attribútumai szerzők és kontextusok szerint

Szerző	Rezilienciafajták			Kontextus
Holling (1998)	analitikus	integratív		ökológia
Hamel és Välikangas (2003)	statikus	dinamikus újrafelfedezés		üzleti modellek, szervezeti életciklus
Longstaff (2005)	mérnöki	ökológiai		biztonságtudomány
Folke (2006)	egyensúlyi állapot	újfajta normalitás		szocioökológia
Bourbeau (2013)	mérnöki	ökológiai	szocioökológiai	politológia, menekültkérdés
White és O'Hare (2014)	egyensúlyi	evolúciós		tértervezés
Raab et al. (2015)	visszapattanás	előrepattanás		megfigyelés

Forrás: Székely I. (2015) 12.o.

A táblázatból jól látszik, hogy a Holling-féle besorolás az idő előrehaladtával a témával foglalkozó kutatók által újabb és újabb elnevezéseket eredményezett, melyeknek lényegi kritériumai azonosak, a rezilienciakutatásban elterjedt kétféle rezilienciatípust (statikus és változó/adaptív) foglalják magukba. (Székely, 2015)

Bourbeau (2013) munkájában a reziliencia öt multidiszciplináris meghatározását dolgozta ki.

2. táblázat: A reziliencia multidiszciplináris meghatározásai

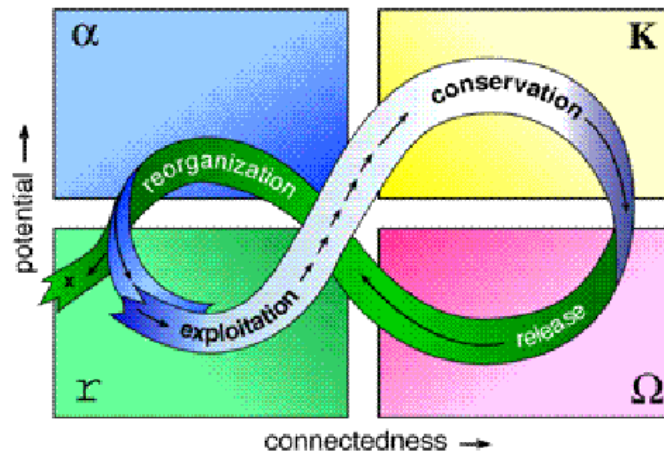
	Fókusz	Az elemzés szintje	Meghatározás
Reziliencia (1)	Pozitív alkalmazkodás	Egyén	Az egyén képessége arra, hogy pozitívan „viszszapattanjon” a viszontagságokból
Reziliencia (2)	Pozitív alkalmazkodás, folyamat	Egyén	Pozitív alkalmazkodást magába foglaló dinamikus folyamat jelentős viszontagságok között
MéRNÖKI reziliencia	Egyensúly, viszsztatérés a stabilitáshoz	Rendszer	Annak tanulmányozása, hogy mennyire mozdítható ki egy rendszer egy meghatározott egyensúlyi állapotából, hogy a zavaró behatás elmúltával még visszatérjen az egyensúlyi állapotába.
Ökológiai reziliencia	Zavaró behatás, szívósság	Rendszer	Egy rendszer képessége arra, hogy zavaró behatások között is fenntartsa folyamatban lévő funkcióit és kontrollmechanizmusait.
Szocio-ökológiai reziliencia	Erőteljesség, átszervezés, stabilitás	Rendszer	A zavaró behatások mértéke, amelyet egy rendszer még fel tud fogni, és megőrzi állapotát; a rendszer önszerveződésének mértéke és a rendszer tanulási és alkalmazkodási képessége kialakításának és fejlesztésének mértéke

Forrás: Székely I. (2015, 12.o.)

A meghatározás alapján megkülönböztetjük az egyén és a rendszer szintjén elemzett rezilienciát. Utóbbi további három területre osztható: méRNÖKI, ökológiai és szociálökológiai.

Holling 2001-es tanulmányában négy fázist azonosít a rezilienciával összefüggésben:

- r: Exploitation (kizsákmányolás): új rendszerek létrehozása a lehetőségek kiaknázása révén (pl.: társadalmi, politikai)
- K: Conservation (megőrzés): új tőke és intézményi struktúra kialakítása, szerkezeti elemek kapcsolódása, melyek rugalmatlansághoz vezetnek
- Ω : Release (összeomlás): zavaró esemény vagy eseménysorozat, mely feloldja a korábban kialakult merevséget, a meglévő rendszereket stabilizálja, gyors változás
- α : Reorganization (átszervezés): gyorsan végbemenő folyamat a destabilizáló esemény után, magába foglalja a társadalmi struktúrák megújulását, átalakulását (Holling, 2001)



1. ábra: Rugalmassági ciklus vagy „Holling Loop”
 Forrás: C. S. Holling (2001, 394.o.)

3. Alkalmazott módszertan

A nemzetközi szakirodalom alapján a környezeti dimenziót kiragadva végeztem el a Borsod megyei városok rugalmasságának (CRI – City Resilience Index) elemzését. A megyében élőként fontosnak tartom az itt zajló folyamatok alaposabb megismerését és kutatásaimmal a vizsgált terület fejlődésének elősegítését. A környezeti dimenzióhoz kapcsolódó vizsgálatok különös mód közel állnak hozzám, hiszen korábbi tanulmányaim és munkásságom során is ezzel a területtel foglalkoztam, illetve érdekel, hogy a megyében található ipari tevékenységek milyen hatással lehetnek a városok környezeti állapotára, az ott lakók életére.

Számításaim során Suárez et al. (2016) és Hegedűs (2020) munkásságára támaszkodva az alábbi indikátorokat használtam fel:

Lakosságtól elkülönített gyűjtéssel elszállított települési hulladék mennyisége, Önkormányzati tulajdonú összes zöld terület, Közüzemi ivóvízvezeték-hálózatba bekapcsolt lakások száma, A közüzemi szennyvízgyűjtő-hálózatba (közcsatornahálózatba) bekapcsolt lakások száma, 1000 főre jutó személygépkocsik száma, Közúti közlekedési baleset során súlyosan sérült személyek száma.

Az adatok forrása a Központi Statisztikai Hivatal Területi Statisztikai Adatok Rendszere a 2018-as évre vonatkozóan. Az indikátorok hatása a reziliencia számítás során a „Közúti közlekedési baleset során súlyosan sérült személyek számát” kivéve pozitív irányú, a városok rugalmasságát, befogadó képességét erősíti. A vizsgálatba Borsod megye

28 városát vontam be (Abaújszántó, Alsózsolca, Borsodnádásd, Cigánd, Edelény, Emőd, Encs, Felsőzsolca, Gönc, Kazincbarcika, Mezőcsát, Mezőkeresztes, Mezőkövesd, Miskolc, Nyékládháza, Ózd, Pálháza, Putnok, Rudabánya, Sajóbáony, Sajószentpéter, Sárospatak, Sátoraljaújhely, Szendrő, Szerencs, Szikszó, Tiszaújváros, Tokaj). Az elemzést elvégeztem a megyeszékhely nélkül is az esetleges torzító hatás kizárása céljából, ezzel vizsgálva, hogy így bekövetkezik-e nagyobb mértékű átrendeződés a települések sorrendjében. Mindkét esetben először az adatokat levetítettem 1000 főre, majd normalizáltam az alábbi metódus szerint, hogy az eltérő mértékegységű adatok összehasonlíthatóvá és összegezhetővé váljanak:

$$X_{norm} = \frac{X_i - X_{min}}{X_{max} - X_{min}} \quad (1)$$

ahol X_i a kiindulási érték, X_{min} és X_{max} pedig az index legkisebb és legnagyobb értékei. Majd az így kapott értékekből kiszámítottam az adott városra jellemző környezeti dimenzió értékét.

A környezeti dimenzió értékei számtani átlagszámítás segítségével az alábbi egyenlet szerint került kiszámításra:

$$Környezeti\ dimenzió = \frac{Index_1 + Index_2 + Index_3 + Index_4 + Index_5 + Index_6}{6} \quad (2)$$

4. Eredmények

Az alábbi táblázatban az általam elvégzett, első körben 28 települést érintő elemzésemhez tartozó eredmények kerültek összegzésre.

3. táblázat: Vizsgált városok rugalmassági (CRI) értéke a környezeti dimenzió esetében

Városok	Lakosságtól elkülönített gyűjtéssel elszállított települési hulladék mennyisége	Önkormányzati tulajdonú összes zöld terület	Közüemi ivóvízvezeték-hálózatba bekapcsolt lakások száma	1000 főre jutó személygépkocsik száma	Közüti közlekedési baleset során súlyosan sérült személyek száma	A közüemi szennyvízgyűjtő-hálózatba (közcsatornahálózatra) bekapcsolt lakások száma	Környezeti dimenzió
Abaujszántó	0,1107	0,1589	0,5320	0,4412	0,1135	0,6513	0,3346
Alsózsolca	0,9411	0,0428	0,1275	0,2775	0,0582	0,5112	0,3264
Borsodnádásd	0,4722	0,4189	0,6717	0,3238	0,0000	0,0000	0,3144
Cigánd	0,0000	0,0017	0,3283	0,0066	0,0000	0,4529	0,1316
Edelény	0,3919	0,3194	0,4169	0,4373	0,1374	0,6427	0,3909
Emőd	0,9261	0,1098	0,4882	0,3963	0,0678	0,6308	0,4365
Encs	0,4261	0,3400	0,2938	0,4111	0,2106	0,5563	0,3730
Felsőzsolca	0,3529	0,0557	0,2487	0,7037	0,2000	0,5702	0,3552
Gönc	0,3437	0,0865	0,5537	0,3657	0,0000	0,5925	0,3237
Kazincbarcika	0,6220	0,1913	0,8924	0,5179	0,2181	0,9597	0,5669
Mezőcsát	0,9569	0,0455	0,2693	0,4258	0,3417	0,6323	0,4453
Mezőkeresztes	0,9774	0,1205	0,7688	0,4523	1,0000	0,6995	0,6698
Mezőkövesd	0,9667	0,3274	0,6990	0,6836	0,2267	0,8385	0,6237
Miskolc	0,5260	0,4791	1,0000	0,5463	0,1851	1,0000	0,6227
Nyékkládháza	0,9464	0,3328	0,2600	0,7213	0,1326	0,6202	0,5022
Ózd	0,4531	0,8157	0,4503	0,2685	0,1544	0,4279	0,4283
Pálháza	0,3299	0,0669	0,5138	1,0000	0,3126	0,6984	0,4869
Putnok	0,4056	0,0883	0,1875	0,0000	0,0491	0,4777	0,2014
Rudabánya	0,4785	0,3227	0,6353	0,2081	0,0000	0,7878	0,4054
Sajóbábony	0,4583	0,5740	0,3953	0,2619	0,0000	0,6128	0,3837
Sajószentpéter	0,4061	0,3248	0,3865	0,2102	0,1374	0,5818	0,3411
Sárospatak	0,6868	0,2845	0,5493	0,8353	0,0551	0,7706	0,5303
Sátoraljaújhely	0,4911	0,2820	0,8711	0,5048	0,0680	0,9099	0,5211
Szendrő	0,3777	0,0000	0,0000	0,1007	0,0823	0,3622	0,1538
Szerencs	1,0000	0,3674	0,7296	0,7617	0,2964	0,8229	0,6630
Szikszó	0,4421	0,0399	0,4883	0,4706	0,5463	0,6439	0,4385
Tiszaújváros	0,5569	1,0000	0,8304	0,8792	0,0409	0,9644	0,7120
Tokaj	0,8037	0,1116	0,8086	0,7064	0,1751	0,9475	0,5921

Forrás: saját szerkesztés

A táblázatban pirossal jelöltem a környezeti dimenzió értéke esetében a legrosszabb, míg zölddel a legjobb eredményt. Cigánd település esetében legkisebb a környezeti dimenzióra vonatkozó rugalmassági index értéke, vagyis elmondható, hogy ez a település reagál a legkevésbé rugalmasan az esetlegesen fellépő sokkokra. Összesítésben a legreziliensebb település a környezeti dimenzió esetében 0,71-es értékével Tiszaújváros lett.

A 4. táblázat a környezeti érték alapján rangsorolja a városokat.

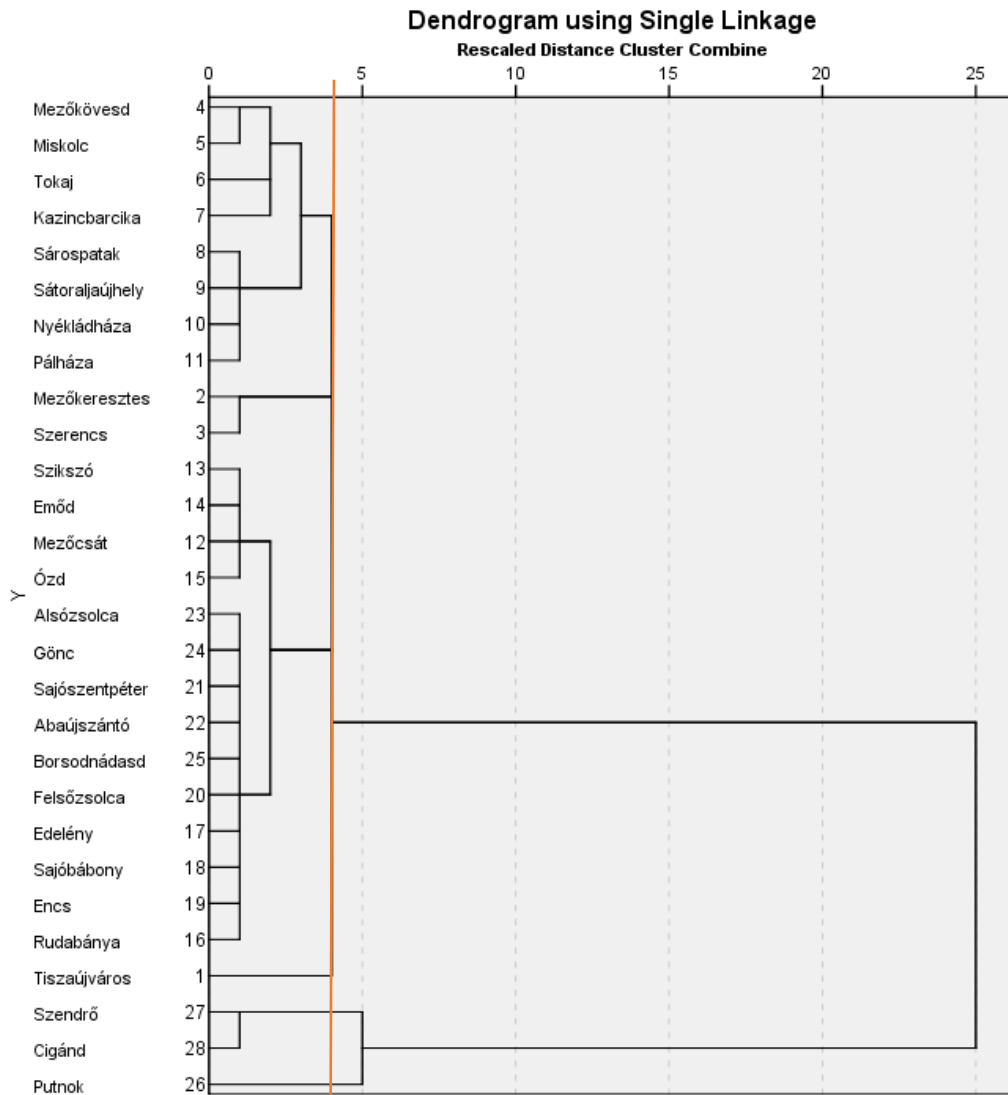
4. táblázat: Rangsor a vizsgált városok rugalmassági értékei alapján

Helyezés	Város	Környezeti dimenzió értéke	Helyezés	Város	Környezeti dimenzió értéke
1	Tiszaújváros	0,7120	15	Ózd	0,4283
2	Mezőkeresztes	0,6698	16	Rudabánya	0,4054
3	Szerencs	0,6630	17	Edelény	0,3909
4	Mezőkövesd	0,6237	18	Sajóabony	0,3837
5	Miskolc	0,6227	19	Encs	0,3730
6	Tokaj	0,5921	20	Felsőlősolca	0,3552
7	Kazincbarcika	0,5669	21	Sajószentpéter	0,3411
8	Sárospatak	0,5303	22	Abaujszántó	0,3346
9	Sátorajtaiújhely	0,5211	23	Alsólősolca	0,3264
10	Nyékládháza	0,5022	24	Gönc	0,3237
11	Pálháza	0,4869	25	Borsodnádásd	0,3144
12	Mezőcsát	0,4453	26	Putnok	0,2014
13	Szikszó	0,4385	27	Szendrő	0,1538
14	Emőd	0,4365	28	Cigánd	0,1316

Forrás: saját szerkesztés

A CRI érték alapján az első öt helyezést Tiszaújváros, Mezőkeresztes, Szerencs, Mezőkövesd és Miskolc foglalják el, mely települések Mezőkeresztes kivételével járási központok is egyben, térségük fontos szereplői. A sereghajtók Gönc, Borsodnádásd, Putnok, Szendrő és Cigánd.

A kapott eredményeken egy klaszterelemzést is elvégeztem a legközelebbi szomszédok (nearest neighbor) módszere alapján, az így kialakult csoportok feltehetően hasonló módon képesek ellenállni a különböző környezeti behatásoknak.



2. ábra: A 28 város klaszterelemzése
Forrás: saját szerkesztés

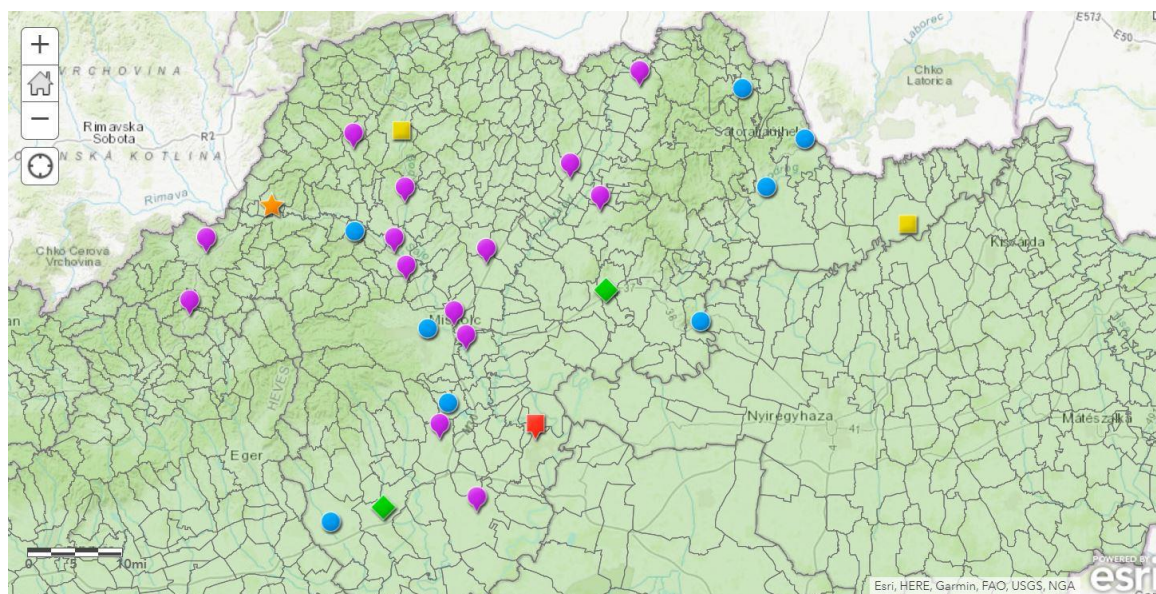
A vizsgálat alapján az alábbi csoportok alakultak ki a dendrogram 4-es értékénél való csoportképzés esetén: 1. csoport: Mezőkövesd, Miskolc, Tokaj, Kazincbarcika, Sárospatak, Sátoraljaújhely, Nyékládháza, Pálháza; 2. csoport: Mezőkeresztes, Szerencs; 3. csoport: Szikszó, Emőd, Mezőcsát, Ózd, Alsózsolca, Gönc, Sajószentpéter, Abaújszántó, Borsodnádásd, Felsőzsolca, Edelény, Sajóbábony, Encs, Rudabánya; 4. csoport: Tiszaújváros; 5. csoport: Szendrő, Cigánd; 6. csoport: Putnok

Ha a dendrogramot nullához közelebb eső tengelyértéknél „vágjuk el” jól látszik, hogy további klaszterek létrehozására lenne lehetőség, de figyelembe véve a statisztika elveit, öt-hat klaszternél többet nem célszerű alkotni, így ennek megfelelően végeztem el az elemzést én is.

Az első klaszterbe nyolc település került, reziliencia értékeik 0,49 és 0,62 közöttiek, ezzel közepesen ellenállónak tekinthetők egy esetleges sokkhatással szemben. Elhelyezkedésüket tekintve egy Pálháza-Tokaj és egy Kazincbarcika-Mezőkövesd közötti útvonal csoportosulást is képeznek. Mezőkövesd és Miskolc CRI értékei a legmagasabbak (0,6237 és 0,6227). Megfigyelhető, hogy a két magasnak tekinthető ellenálló képességű település közrefogja az útvonal menti legalacsonyabb értékű Nyékládházát (0,5022). Ez számomra azt a hatást kelti, mintha a nagyobb rezilienciával rendelkező települések gyűrűjében lévő településeknek nem lenne szükségük magas ellenálló képességre, mert egyfajta pajzsként tekintenek a körülöttük lévőkre. Kazincbarcika 0,5669-es reziliencia index értékével közepes rugalmasságot mutat. A másik útvonal mentén egy határ felé tartó ellenállóképesség csökkenés figyelhető meg, azaz amíg az országhatártól legtávolabb eső Tokaj CRI értéke 0,5921, addig a határnál fekvő Pálházáé csak 0,4869. Ez arra enged következtetni, hogy a határ közelsége negatív hatással bír az ellenállóképességre. A második csoportba két város került, a rangsorolás második és harmadik helyezett települései Mezőkeresztes és Szerencs. Városi reziliencia index értékük 0,66 feletti. A harmadik csoportba került települések a megye kisvárosai, túlnyomó többségben 3-5000 fős népességgel. Reziliencia indexüket tekintve a középmezőnyt képviselik alacsony, 0,31- 0,45 közötti értékekkel. A négyes csoportot a számított értékek alapján a legellenállóbb település, Tiszaújváros egymaga alkotja. Az utolsó két csoport városai Szendrő és Cigánd, valamint Putnok. Az ötödik csoport települései esetén kapcsolódási pontot a határhoz való közelségük és a települések népességének összetétele jelent. Putnok, mint hatodik csoport a sokkoknak leginkább kitett település.

A klasztereket alkotó városok közti kapcsolat magyarázása igen nehézkes, mert elhelyezkedésüket, népességszámukat és környezeti, gazdasági, valamint társadalmi helyzetüket tekintve is igen szerte ágazóak. A reziliencia értékek csökkenésével együtt az is elmondható, hogy a települések egyre kevésbé rendelkeznek gazdasági vonzerővel, nincsenek ipartelepek, alig vannak beruházások, a lakosság alul iskolázott, ezek a tényezők pedig fokozzák a kitettséget.

A keletkezett klasztereket az ArcGIS online programjának segítségével ábrázoltam is.



3. ábra Városklaszterek ábrázolása

Forrás: saját szerkesztés

Az ábrán az első klaszter elemeit kék színnel, a másodikat zölddel, a harmadikat lilával, a negyediket pirossal, az ötödiket citromsárgával, míg az utolsó klasztert narancssárgával jelöltem. Itt jól kirajzolódnak az első klaszter esetében megállapított csoportosulások (Pálháza-Tokaj, Kazincbarcika-Mezőkövesd). Mintázat még a harmadik klaszter esetében figyelhető meg, mely nem egységes az összes elemre. Egy Ruda-bánya-Mezőcsát egyenes kirajzolódása látható, valamint egy Szikszó-Gönc és egy Ózd-Borsodnádásd csoportosulás körvonalazódik. A többi csoport esetében nem figyelhető meg mintázat.

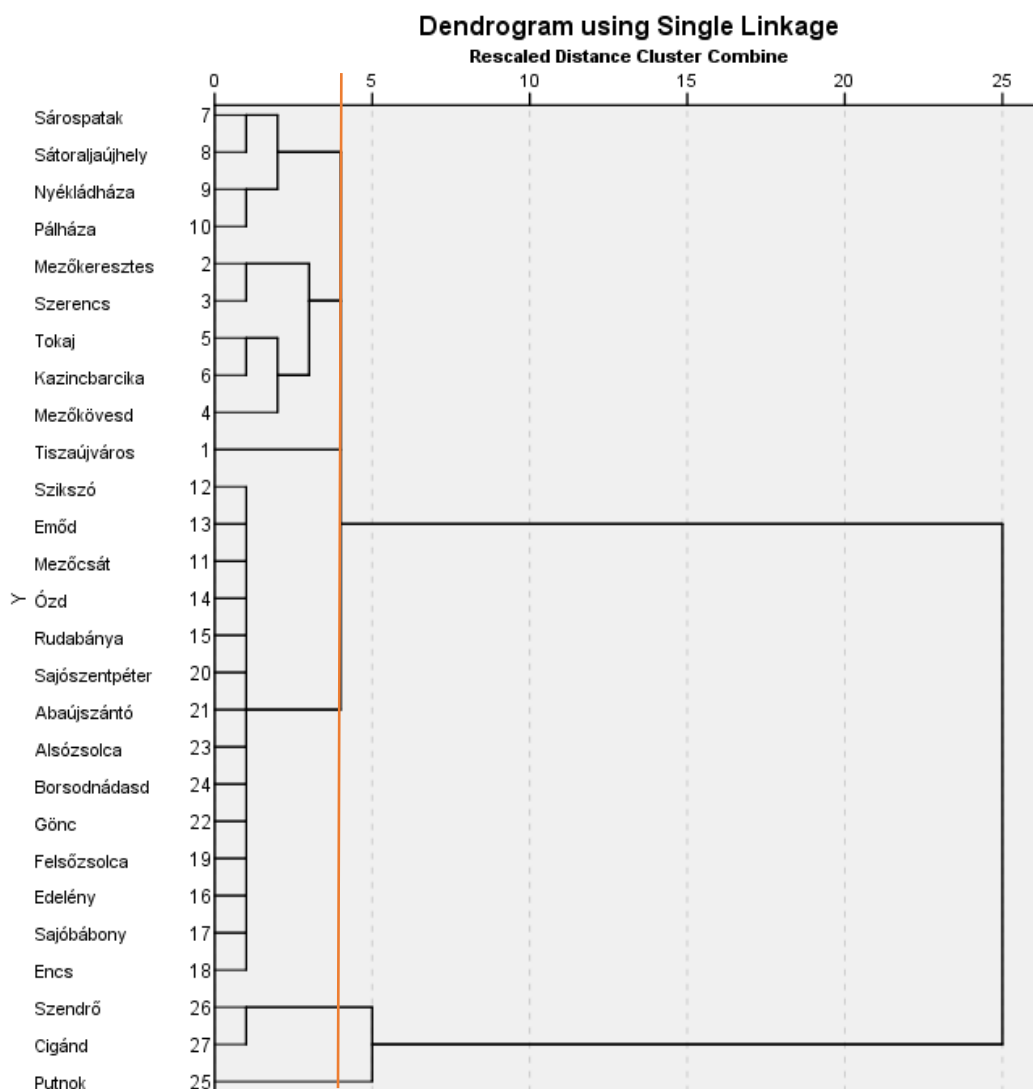
A következő táblázatban Miskolc város nélkül elemeztem a borsodi városokat.

5. táblázat: Környezeti dimenzió index értékei Miskolc város nélküli értelmezésben

Helyezés	Város	Környezeti dimenzió értéke	Helyezés	Város	Környezeti dimenzió értéke
1	Tiszaújváros	0,7346	15	Rudabánya	0,4230
2	Mezőkeresz-	0,6895	16	Edelény	0,4033
3	Szerencs	0,6827	17	Sajóbábony	0,3954
4	Mezőkövesd	0,6429	18	Encs	0,3823
5	Tokaj	0,6142	19	Felsőzsolca	0,3637
6	Kazincbarcika	0,5907	20	Sajószentpé-	0,3525
7	Sárospatak	0,5460	21	Abaújszántó	0,3493
8	Sátoraljaúj-	0,5442	22	Gönc	0,3385
9	Nyékládháza	0,5113	23	Alsózsolca	0,3321
10	Pálháza	0,5015	24	Borsodná-	0,3279
11	Mezőcsát	0,4546	25	Putnok	0,2081
12	Szikszo	0,4523	26	Szendrő	0,1560
13	Emőd	0,4502	27	Cigánd	0,1410
14	Ózd	0,4400			

Forrás: saját szerkesztés

Az 5. táblázat eredményei alapján láthatjuk, hogy az első öt helyezettben csak annyi változás következett be, hogy Miskolc kiesett a negyedik helyről, így Tokaj előrébb lépett a rangsorban. Az utolsó (jelen esetben 27. helyen) az előző vizsgálathoz hasonlóan Cigánd település végzett. Lényegi átrendeződést nem eredményezett a városok rugalmasági sorrendjében a megyeszékhely kihagyása az elemzésből. Itt is megvizsgáltam a csoportképzés lehetőségét az előzőekben feltett kritérium szerint és hat csoportot tudtam alkotni.



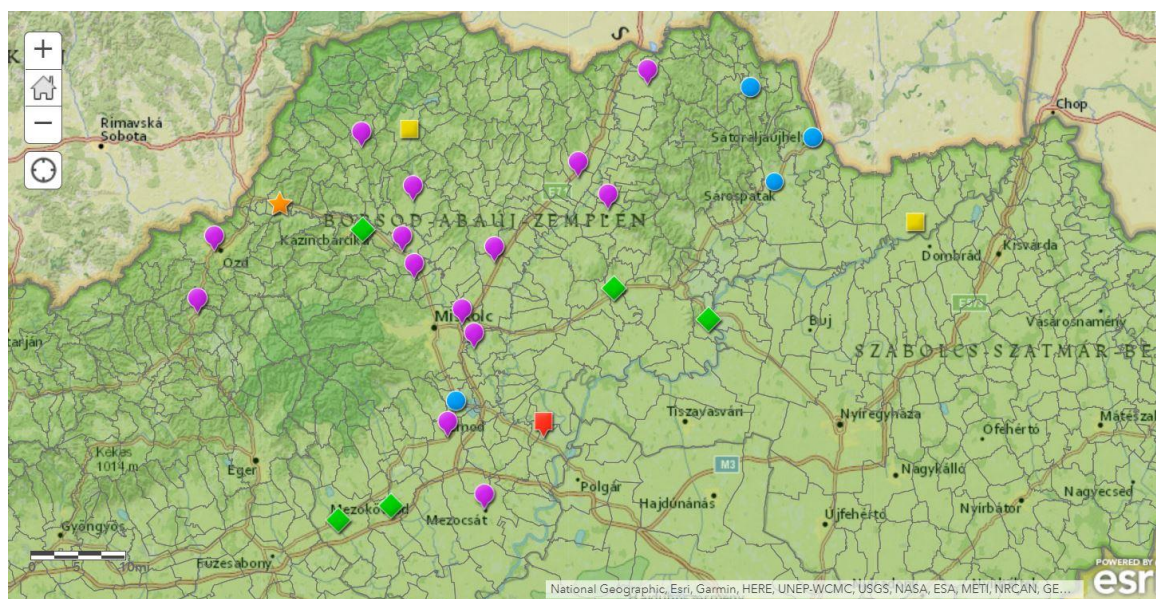
4. ábra: A 27 város csoportképzése
Forrás: saját szerkesztés

A kialakult csoportok a következők: 1. csoport: Sárospatak, Sátoraljaújhely, Nyékládháza, Pálháza; 2. csoport: Mezőkeresztes, Szerencs, Tokaj, Kazincbarcika, Mezőkövesd; 3. csoport: Tiszaújváros; 4. csoport: Szikszó, Emőd, Mezőcsát, Ózd, Rudabánya, Sajószentpéter, Abaújszántó, Alsózsolca, Borsodnádásd, Gönc, Felsőzsolca, Edelény, Sajóbábony, Encs; 5. csoport: Szendrő, Cigánd; 6. csoport: Putnok

A dendrogram elkészítése esetén láthatjuk, hogy a megyeszékhely kihagyása nem változtat a klaszterek számán, csak a szerkezetén. Az összes várost tartalmazó elemzés első csoportjának elemei közül itt Sárospatak, Sátoraljaújhely, Nyékládháza és Pálháza jelenik meg és alkotja az első klasztert. A második csoport szerkezete annyiban vál-

tozott, hogy a korábban az első csoportba tartozó Mezőkövesd, Kazincbarcika és Tokaj ide került át. Harmadik csoportként itt is Tiszaújvárost kaptam, továbbá a negyedik, ötödik és hatodik csoport szerkezete sem változott.

A 27 város esetében is elkészítettem a grafikus ábrázolást, mely az 5. ábrán látható:



5. ábra: A 27 város csoportjai

Forrás: saját szerkesztés

A klaszterek színei megegyeznek a korábban alkalmazottal (1. kék, 2. zöld, 3. lila, 4. piros, 5. citromsárga, 6. narancssárga). Az első klaszter esetében a Pálháza-Sátorajújhely-Sárospatak csoportosulás ismét megfigyelhető, valamint a harmadik, lila színnel jelölt csoport elemei is hasonló mintát alkotnak, mint a megyeszékhelyet is tartalmazó elemzés esetében. Más mintázat nem figyelhető meg.

5. Összefoglalás

A világban zajló különböző folyamatok hatással vannak a városokra. A felmerülő problémák megoldására, ezért olyan új koncepciók születnek, mint a fenntartható város vagy okos város, továbbá megjelenik a reziliencia vagyis a rugalmas reagáló- vagy alkalmazkodóképesség fontossága. Jelen tanulmány gerincét is ennek a képességnek a vizsgálata adja különösképp a környezeti dimenzió rezilienciáját elemezve

a Borsod megyei városoknál. A vizsgálatba a megye 28 városát vontam be (Abaújszántó, Alsózsolca, Borsodnádásd, Cigánd, Edelény, Emőd, Encs, Felsőzsolca, Gönc, Kazincbarcika, Mezőcsát, Mezőkeresztes, Mezőkövesd, Miskolc, Nyékládháza, Ózd, Pálháza, Putnok, Rudabánya, Sajóbáony, Sajószentpéter, Sárospatak, Sátoraljaújhely, Szendrő, Szerencs, Szikszó, Tiszaújváros, Tokaj). A felhasznált indikátorokat először normalizáltam, majd kiszámítottam az egyes városok CRI, azaz Városi Rugalmassági Indexét és a kapott eredmények alapján rangsoroltam a településeket. A megyeszékhely esetleges torzító hatásának kiszűrése érdekében a számításokat Miskolc város nélkül is elkészítettem. Mindkét feltárás során a legrugalmasabbnak Tiszaújváros bizonyult a környezeti dimenzió számított értékei alapján, CRI értéke az első elemzésben 0,7120 és a másodikban 0,7346, míg a környezeti sokkoknak leginkább kitett település Cigánd lett, városi rugalmassági indexe 0,1316 és 0,1410. A CRI értékek alapján csoportokat állítottam elő klaszterelemzéssel. Mindkét esetben 6 klaszter keletkezett. Feltehetően az egy csoportba tartozó települések hasonló képen reagálnak az őket ért sokkokra.

Összességében elmondható, hogy a környezeti dimenzió rezilienciáját vizsgálva előkelőbb pozícióban a megye életében nagyobb szereppel bíró járási központok szerepelnek.

Források

Berkes, F. and Folke, C. (1998) 'Linking social and ecological systems for resilience and sustainability', practices and social mechanisms for building Available at: <https://www.google.com/books?hl=hu&lr=&id=XixuNvX2zLwC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Folke+1998&ots=kmWEeu-ERhR&sig=sMWSnvAAc5ngPZbgLCH77TLw0lc>

Bourbeau, P. (2013): Resiliencism: Premises and Promises in Securitisation Research. Resilience: International Policies, Practices and Discourses 1(1): 3–17. Interneten: http://philippebourbeau.net/uploads/3/5/3/2/3532952/bourbeau_resiliencism_fi_nal_version_resilience_2013.pdf.

Buzási, A. (2017): Klímaváltozáshoz való alkalmazkodás és fenntarthatóság városi területeken Doktori értekezés. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskola, Budapest.

Cavada, M., Hunt, D. V. L., Rogers, C. D. F. (2014): Smart Cities: Contradicting Definitions and Unclear Measures, World Sustainability Forum 2014 – Conference Proceedings Paper, 2014. november 01., University of Birmingham, https://www.researchgate.net/publication/267763113_Smart_Cities_Contradicting_Definitions_and_Unclear_Measures

Fleischer, T. (2017): Urbanizáció, fenntarthatóság, 'Smart Cities'; http://real.mtak.hu/58429/1/fleischer_urbanizacio_fenntarthatosag_smart_cities_jotsjol_pp207_219_kefe_jav_ft_170530_u.pdf , p. 209-211, 215-217.

Folke, C. (2006): Resilience: The emergence of a perspective for social–ecological systems analyses. *Global Environmental Change*, 3., 253–267.

Greutter-Gregus É. (2020): Okos városok környezeti dimenziójának vizsgálata, egy zöld beruházás keretében, szakdolgozat, Miskolci Egyetem Világ. és Regionális Gazdaságtan Intézet

Hegedűs J. (2020): A fenntartható városfejlesztés új koncepciója: rugalmas városok Értekezés doktori (PhD) fokozat elnyerése érdekében, Soproni Egyetem Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, [http://doktori.uni-sopron.hu/id/eprint/744/1/Hegedus_Judit_Doktori%20\(PhD\)%20Ertekezes.pdf](http://doktori.uni-sopron.hu/id/eprint/744/1/Hegedus_Judit_Doktori%20(PhD)%20Ertekezes.pdf)

Holling, C. S. (1973): Resilience and stability of ecological systems. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 1., 1–23.

Holling, C. S. (2001): Understanding the complexity of economic, ecological and social systems. *Ecosystems*, 5., 390–405.

Izsó G. (2014): Human Dynamics (2014. augusztus 28.) http://humandynamics.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=84:resilience-azaz-reziliencia&catid=39:vezetoi-coaching

Pirisi, G. (2017): A reziliencia szerepe a kisvárosok fejlődésében – egy komlóói esettanulmány kapcsán. *Településfejlesztési Tanulmányok*, 6(2). pp. 75-88.

Pirisi G. (2019): A reziliencia lehetséges értelmezése a településföldrajzi kutatásokban, *Tér és Társadalom* 2019. 33. évfolyam 2. szám, <https://doi.org/10.17649/TET.33.2.3080>

Suárez, M., Gómez-Baggethun, E., Benayas, J., Tilbury, D. (2016): Towards an Urban Resilience Index: A Case Study in 50 Spanish Cities. *Sustainability*, 8., 774.

Székely I. (2015): Reziliencia: a rendszerelmélettől a társadalomtudományokig. *Replika*, 94., 7–23.

World Bank (2016): Investing in urban resilience. Protecting and promoting development in a changing World <http://documents.worldbank.org/curated/en/739421477305141142/pdf/109431-WP-P158937-PUBLIC-ABSTRACT-SENT-INVESTINGINURBANRESILIENCEProtectingandPromotingDevelopmentinaChangingWorld.pdf>

A KORONAVÍRUS HATÁSA A Z GENERÁCIÓ SZABADIDŐS TEVÉKENYSÉGÉRE EGY FELVIDÉKI KISVÁROS PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kisantal Barbara
doktorandusz,
Világ és Regionális Intézet

1. Bevezetés

A szabadidő évek óta beszédtema a pszichológusok és szociológusok százainál. Tény, hogy az, hogyan töltik az emberek a szabadidejüket, meghatározza, milyen életet fognak élni. Az elmúlt évek tapasztalata azt mutatja, hogy egyre több ember tölti a szabadidejét legszívesebben a számítógépe előtt, és ami a legaggasztóbb, ez a tendencia a legnagyobb mértékben a fiatal generációt érinti.

Az élet és az életfelfogás az utóbbi időben gyökeresen megváltozott. A szociális hálózatok az emberi civilizáció elengedhetetlen elemeivé váltak, több százmillió ember használja őket világszerte napról – napra. Néhány évvel ezelőtt a közösségi hálózat fogalmát még nem is használták, mára viszont az internet világméretű trenddé alakult át. Különösképpen a fiatalok körében vált globális jelenséggé. A szociális hálózatok remek lehetőséget nyújtanak, hogy a fiatalok otthonukból kényelmesen elérjék ismerőseiket, virtuális kapcsolatokat tartsanak, vagy barátokat szerezzenek. Ez az oka annak, hogy a fejlődésük ilyen gyors tempóval halad.

A szociális hálózatoknak nagyon sok előnye van, viszont a pozitív hatások mellett mindenképp meg kell említenünk a negatív oldalait is. A szakirodalomban egyre gyakrabban jelenik meg ez a negatív hatás, amely nagymértékben meghatározza a fiatalok életét. A negatív hatások közé tartozik a magánélet elvesztése, az információkkal-, és a megosztott tartalommal való visszaélés, illetve egyre gyakrabban a kialakuló függőség.

Cikkemben a Z generáció szabadidős tevékenységével foglalkoztam. Kutatásom céljaként szülővárosom, Rimaszombatot választottam.

A kutatásom során négy fő kérdésre igyekeztem választ kapni, ezek a következők:

1. Milyen mértékben van jelen a rimaszombati diákok mindennapjaiban a számítógép és a szociális hálózatok?
2. Mennyire függ ez az érték a diákok korától és nemi hovatartozásuktól?
3. Milyen mértékben és milyen irányban befolyásolja a kialakult járványhelyzet ezt a tendenciát?
4. Voltak a járványnak pozitív hatásai is a fiatalok körében?

2. A szabadidő fontossága

Az ember életében a szabadidő nagyon fontos szerepet foglal el. A szabadidőnk felhasználásának módja jelentősen befolyásolja, milyen életet fogunk élni, ezért kimondottan fontos ezzel a témával foglalkoznunk. Fontos, hogy a szabadidőnket a lehető leghatékonyabban tudjuk kihasználni.

Kratochvílová (2004) professzor szerint a szabadidő nagyon specifikus és fontos idő. „Ez a pihenés, a kikapcsolódás, a testi és szellemi erők regenerálódásának, a munka utáni kikapcsolódásnak, a tanulásnak, a társadalmi összejövetelnek barátokkal, közeli emberekkel, a világ, az élet megismerése, az önmegvalósításra szánt idő.” (Kisantal, 2020, 4. o.). A szabadidő jelentős része az emberi életnek, és fontos, hogy mindenki számára rendelkezésre álljon, mert ebben az időben pihenünk és önmegvalósítunk.

Babiaková (2007) szerint a szabadidő megértésének két alapvető megközelítése van:

1. Szociológiai megközelítés: A szabadidő az az idő, ami azután marad, miután az ember levonta a feladatok elvégzéséhez és a fiziológiai igények kielégítéséhez szükséges időt. Ez tehát az az idő, amellyel az emberek önként rendelkeznek saját belátásuk szerint. (Krystoň, 2003).
2. Pszichológiai megközelítés: A szabadidőt olyan időként definiáljuk, amelyet az ember magára szentel, önmegvalósításnak, ön-elégedettségnek, függetlenül attól, hogy épp milyen tevékenységet folytat.

3. A szabadidő felhasználása a fiatalok körében

A jelenlegi munkaidős és szabadidős kutatások is bizonyítják, hogy a munkaidő és a szabadidő felhasználása a fiatalok körében nagymértékben trendszerűvé kezd válni. (Vö. Musinszki et al., 2020, Lipták – Musinszki, 2022) A magyar ifjúság kutatás 2016 (2016) felmérésében nyolcezer magyarországi 15 és 29 év közötti fiatal nyilatkozott a szabadidős elfoglaltságáról. Az eredmények szerint hétköznap a fiatalok 72%-a tölti szabadidejét tévénézéssel, 70% számítógépezéssel, 56% cseteléssel és 53% zenehallgatással. Ezzel szemben a hétvégi szabadidejüket a megkérdezettek 77%-a tölti tévénézéssel, 70% számítógépezéssel, 59% a barátaival és 57% cseteléssel.

Mohos és Ponyi (2021) kutatása is bizonyítja, hogy a fiatalok szabadidős tevékenysége nagymértékben függ a számítógéptől és a szociális hálózatoktól. Kutatásukból kiderült, hogy az általuk megkérdezett fiatalok 59%-a tölti szabadidejét filmnézéssel, 56% közösségi oldalak látogatásával és 51% a barátaival. A kutatásukból szintúgy kiderült, hogy a fiatalok többsége sokkal több időt tölt internetezéssel, mint telefonálással, a többségük 5-8 órán keresztül, vagy akár egész nap is online. „2016-ban a fiatalok 88%-a használta napi szinten az online teret (Ba-uer et al, 2017; Bene et al, 2018) négy évvel később a megkérdezettek körében ez az arány 100%.“ (Mohos-Ponyi; 2021; 1.o.).

4. A virtuális világ mint speciális kommunikációs rendszer

Kotha (1999) szerint a virtuális tér egy olyan speciális társadalmi tér, amelyhez az emberek számítógépek segítségével férnek hozzá. Ezek a hálózatok lehetővé teszik a kommunikációt két és több ember között, ezzel támogatva az új típusú társadalmi formák kialakulását – a virtuális közösségeket. A valós és a virtuális közösségek közti különbségek leginkább abban nyilvánulnak meg, hogy míg a valós közösségek közti tagság sokszor véletlenszerű, ebben az esetben az emberek általában azért lesznek a közösség tagjai, mert egy helyen élnek, vagy dolgoznak, addig a virtuális közösségbe általában az emberek önszántukból kerülnek. Annak ellenére, hogy felismertük ezt a mérvadó különbséget

fontos rájönnünk, hogy e két közösségi forma nagyon is hasonlít. Mindkét közösségben fontos szerepet játszik a kommunikáció, a kölcsönös támogatás, a közösségi élet és a szolidaritás.

A virtuális közösség sok szempontból eltér a valódi világtól. Ezeket az eltéréseket Smith (1992) az alábbiakban foglalta össze.

- „Térnélküliség” - A kommunikációt a virtuális környezetben nem korlátozza a tér, az interakciók nincsenek korlátozva sem földrajzilag, sem területileg.
- Asszinkronikus működés – A kommunikáció a virtuális környezetben nincs időben korlátozva, ennek nem kell egyidejűleg zajlania.
- „Érzések nélküli” – A virtuális kommunikációnál a legfontosabb a szöveg, az arckifejezések és a gesztusok nincsenek kihasználva.
- Stigmatizáció - Mivel a kommunikáció a virtuális környezetben elsősorban írásos formában valósul meg, kivédhető ezáltal a stigmatizálás. A valós személyes kommunikációnál előfordulhat, hogy a faj, a nem, vagy a fizikai megjelenés jelentősen befolyásolja a kommunikációt.
- Anonimitás - A virtuális világban zajló interakciók nagyrészt névtelenül zajlanak.

5. A szociális hálózatok

Az internetes hálózatot többszáz millió ember használja napi szinten, ami nagymértékben hatással van az emberek társadalmi kapcsolataira, kapcsolattartására is. Ez egy relatíve újszerű jelenség, egyre több ember fér hozzá ehhez a szolgáltatáshoz. Ez különösképpen a gyermekeknél okoz problémát, mivel a közösségi hálózatok és az internetes világ sok negatív aspektusát ők még nem tudják megfelelően kezelni. A közösségi hálózat olyan online média, amelyhez könnyű a hozzáférés és a létrehozott tartalmak megosztása.

Mayfield (2008) szerint alapvetően hét típusát tudjuk megkülönböztetni a közösségi médiának, ezek a következők: a blogok, a mikroblogok, a vitafórumok, a wiki oldalak, a podcastok, a „tartalomközösségek és az online közösségi hálózatok. (Facebook, Instagram, MySpace, Qzone). (Mayfield, 2008)

Ami a szociális hálózatok definícióját illeti, ez szerzőként eltérő. Egy dolog azonban közös ezekben a definíciókban, mégpedig, hogy a közösségi hálózat olyan emberek csoportját jelenti, akik kölcsönhatásban vannak egymással.

Granovetter (1973) szerint a szociális hálózatok olyan csomópontok halmaza, amelyek személyekből vagy szervezetekből állnak, akiket társadalmi kapcsolatok kötnek össze, mint például a barátság, a kommunikáció, a bizalom stb.

A közösségi hálózatok létrejöttéhez tehát szükségesek bizonyos összeköttetések az egyes tagok között. Ezek az összeköttetések lehetnek szakmai, vagy baráti jellegűek. Az összes szociális portál alapvető közös vonása:

- A felhasználó létrehoz egy nyilvános profilt, ahol megoszt információkat, mint pld. a neve, lakóhelye, érdekeltségei, stb.
- A portál lehetővé teszi a felhasználó számára, hogy meghatározza azon felhasználók listáját, akikkel kapcsolatba léphet és kommunikálhat nyilvánosan, vagy privátban (beszélhetnek, megoszthatnak fényképeket, videókat, zenét, virtuális tartalmakat).
- A felhasználó megtekintheti a többi felhasználó megosztott tartalmait, kommunikálhat velük, megjegyzéseket fűzhet stb.

Az új, modern közösségi hálózatok már ezeken kívül számos más funkciót is kínálnak a felhasználók számára. A legismertebb és leggyakrabban alkalmazott funkció valószínűleg a „cset”, a „csetelés”. Itt már a felhasználó egyszerre több emberrel is kommunikál. Manapság már ez a kommunikáció videón keresztül, illetve képekkel kiegészítve is zajlik. A közösségi hálózat tehát olyan virtuális tér, ahol online közösségek vannak, közös érdeklődési körrel rendelkező emberek között.

6. A szociális hálózatok szociológiai értelmezése

A szociális hálózat fogalmát először J. A. Barnes szociológus vezette be 1954-ben. Ekkor egy norvég halászfalu társadalmi kapcsolatait kutatta és tanulmányozta. A társadalmi hálózatot egy társadalmi struktúrához hasonlítja, amely csomópontokból áll. Ezek a csomópontok

olyan egyének, vagy szervezetek, akik különböző típusú kapcsolatokkal vannak összekötve. Az ilyen csomópontok és kapcsolataik szerte társadalmi hálózatot alkotnak. (www.sociologyindex.com).

J. L. Moreno úttörőnek számít a témában. Ő volt az, aki először kutatta a társadalmi interakciókat és szisztematikusan rögzítette őket. A társadalmi kapcsolatok elemzésére az úgynevezett szociogramot kezdte el használni, amely a csoporton belüli egyének közötti kapcsolatokat ábrázolta grafikusán. Ezzel az új szemléletmóddal jelentős mértékben befolyásolta a további kutatásokat a témában. (Freeman, 2004).

Az utóbbi időben egyre több ember kezdett el kommunikálni a közösségi hálózatokon. Ennek a kommunikációnak a legnagyobb előnye, hogy időtől és helytől függetlenül zajlott.

Danah Boyd (2007) szerint az eredetileg szociológiai kifejezés új jelentése jelent meg. A közösségi hálózat itt olyan webszolgáltatást jelent, amely lehetőséget kínál olyan közösségek létrehozására, ahol a felhasználók megoszthatják egymással az információkat, közös érdeklőségeiket, vagy tevékenységeiket.

7. A szociális hálózatokban rejlő lehetőségek és rizikók

A szociális hálózatok az elmúlt időben fiatalok milliói szemében váltak népszerűvé. Világszerte minden nap rengeteg fiatal használja ezeket. Különböző profilokat készítenek, kommunikálnak barátaikkal, ismerkednek, személyes információkat osztanak meg magukról, írnak az érzéseikről, hangulatukról, illetve megtekintik a többi felhasználó profilját és névjegyzékét, ezzel eleget téve az emberi természetre természetes kíváncsiságnak. A szociális hálózatok számtalan lehetőséget kínálnak a felhasználó számára. Széleskörű információt nyújtanak a társadalmi életről, a kommunikáció időtől és tértől független, illetve a kapcsolatfelvétel és kapcsolattartás egyszerűbbé válik. Olyan előnyök rejlenek bennük, amelyeket még az előző generációk tagjai talán el sem tudtak képzelni. Ugyanakkor a technikai fejlődéshez hasonlóan, a közösségi hálózati oldalaknak is vannak negatív oldalai és kockázatai. Be szeretnék mutatni párat ezek közül.

7.1. Magánélet elvesztése

Manapság, a digitalizáció közepette olyan társadalomban élünk, ahol az információk akár egy kattintással rendelkezésünkre állnak. Ezzel egyidejűleg viszont a személyes és magánjellegű információink is elérhetővé válnak a közösségi hálózatokon. A közösségi hálózatok számtalan személyes adatot, információt, fényképeket, videókat és egyéb anyagokat tartalmaznak. A hálózatok egyik fő szerepe a mások életének megismerése. Az emberi kíváncsiság mindig jelen volt az emberek életében. Az emberek szerettek volna egymásról a lehető legtöbbet megtudni. Ezt a kíváncsiságot a szociális hálózatok támogatják, és virtuális teret kínálnak arra, hogy ezt az emberek kielégítsék. (Weisenbacher, 2009). A felhasználók számának növekedésével nőtt a megosztott információk kiszivárgásának kockázata is. Az emberek gyakran azt gondolják, hogy személyes információikat csak az ismerősi körük láthatja, viszont ez gyakran téves gondolat.

7.2. Kukkolás

A Palo Alto Networks számítógépes biztonsági cég szerint a Facebook felhasználói online tevékenységeinek csaknem 88 százaléka más felhasználók tevékenységeinek követése volt. (www.socialpack.com). Kukkolásnak az online világban azt a tevékenységet jelöljük, amikor a felhasználó folyamatosan ellenőrzi és megfigyeli az ismerősei, vagy akár az idegen felhasználók profilját. Gyakran figyelemmel kíséri tevékenységüket, társadalmi életüket, fényképeiket, videóit, állapotfrissítéseiket és egyéb személyes információkat. Az, hogy a szociális hálózatok segítségével gyakran akár egy kattintással betekintést nyerhetünk mások életébe ezeket a hálózatokat hihetetlenül vonzó környezetté teszi. Ha azonban bizonyos adatok tévesen kerülnek kimutatásra, ez pletykákat generálhat, amivel könnyedén sérülhet a felhasználó jó hírneve. (Herbert, 2010)

7.3. Virtuális nárcizmus

A szociális közösségek több okból is megfelelő környezetet jelentenek a nárcizmus kialakulásához. Egyrészt, a nárcisztikus személyek szívesen élnek sekély kapcsolatokban, amihez a szociális közösség gyakran megfelelő helyszín, mivel gyakoriak itt a felületes barátságok, tömör mondatok. Ez természetesen nem mindenre igaz, viszont a közösségi hálózatoknak a vonzereje gyakran épp a nagyszámú kapcsolattartás lehetősége.

Campbell professzor azt állítja, hogy a nárcizmus mértéke közvetlenül arányos a virtuális kapcsolatok számával (Buffardi, Campbell, 2008). A másik ok, miért jelentenek a szociális hálózatok megfelelő talajt a nárcisztikus személyek számára az, hogy ezek a hálózatok egy erősen ellenőrzött környezetben vannak. A felhasználók, a legtöbb társadalmi kontextussal ellentétben, itt ellenőrizhetik magukat. Ők választják ki, melyik fényképüket osztják meg és milyen információkat tesznek közzé. (Vazire és Gosling, 2004; Buffardi, Campbell, 2008). A közösségi hálózatok környezete lehetővé teszi, hogy a nárcisták hatékonyan kezeljék képeik, információik és tevékenységeik megjelenítését. Ez az ellenőrzés segíti őket abban, hogy elrejtessék hiányosságaikat, és ezáltal támogassák saját megítélésüket. (Berghman and all, 2011)

7.4. Virtuális függőség

A közösségi hálózatok iránti függőség modern, pszichológiai rendellenesség, amelyet az online interakció jellemez. Ezek a felhasználók nem képesek ellenőrizni a bejelentkezésüket, sem a közösségi hálózatokon eltöltött időt. A függőség néhány megnyilvánulását mutatom be (Osuagwu, 2009):

- A felhasználó alig várja, hogy bejelentkezzen, ellenőrizhesse mit csinál a többi felhasználó. Közvetlenül lefekvés előtt még mindenképp tevékenykedni szeretne a közösségi profilján.
- A felhasználó gyakran jelentkezik be a profiljába más tevékenység során is.
- Szociális hálózat cseréjével próbálja meg kordában tartani a függőségét.
- Hosszú beszélgetéseket folytat, "csetel".

- Az éjszakai csetelés miatt a felhasználó gyakran álmos másnap.
- Törli a frissítéseit, hogy más felhasználók ne vegyék észre a túlzott tevékenységet.

Kutatások kimutatták, hogy ezek a tevékenységek nagyon rossz hatással lehetnek a fiatalok életére. Növelik a stressz szintet, alvászavarokat okoznak, vagy rosszat tehetnek az interperszonális viszonyoknak. A szociális hálózatok nagyon gyorsan függőség tárgyává válhatnak a fiatalok életében és ez nagyon rossz hatással lehet az egészségükre és személyes életükre (www.foxnews.com). A fiataloknak tisztában kell lenni ezekkel a veszélyekkel és vigyázniuk kell arra, hogy ezeket elkerüljék. A legfontosabb, hogy megértsük és felfedezzük a lehetséges kockázatokat és ennek megfelelően viselkedjünk. Mint a technológiai fejlődésnél, úgy itt is megjelennek az előnyök mellett a hátrányok is. Minden felhasználónak el kell döntenie, hogyan kezeli majd ezeket.

8. Fiatalok a szociális hálózatokban

A fiatal generáció feladata az innováció társadalmi viszonyokba való bevitele. A mostani generáció különbözik az eddigiektől. Egy információs társadalmat hoznak létre, digitalizálják életüket és ezzel egyidejűleg megváltoztatják önmagukat is. A kibertérben zajló virtuális élet viszonyozva ezt, befolyásolja a fiatalok életét és fejlődésüket egyaránt. (Sak, 2009). A mai fiatalok életét és az igényeiket nagymértékben befolyásolja az információs és a kommunikációs technológiák fejlődése (Selwyn, 2007)

9. A Z generáció bemutatása

A Z generáció minden tekintetben különbözik az eddigiektől. Ha jellemezni kéne őket pár szóval, azt mondhatnánk, hogy ez a generáció képernyőkön csüng, nem ismeretlen számukra a multitasking fogalma, nincsenek előítéleteik különböző fajokkal, vagy etnikumokkal szemben és mindent el tudnak érni egyetlen kattintással. A barátságait már akár a Facebookon is alakítják. A gyermekkönyveket már e-bookon olvassák, a zenét pedig az iPodjaikon hallgatják. A Facebook, az Instagram és a Skype segítségével a fiatalok tértől és időtől teljesen

függetlenül tudnak egymással kommunikálni, barátságokat kialakítani akár világszerte is. Ezek a fiatalok technikailag képzetek, érdeklődnek az események iránt, és nagyon kritikusak. A másik oldalon a generációra jellemző túlzott önbizalom és arrogancia gyakran bajba keveri őket. Sujansky és Reed (2020) azt állítják, hogy a mai fiatalok több dolgot is képesek elvégezni egyszerre, tanulás közben tudnak például laptopozni, tévét nézni, zenét hallgatni, csetelni vagy beszélgetni. Ők már nem választják el a valódi és a virtuális élményt. A tanulás és a munkavégzés közben gyakran szórakoznak is. Ez a későbbiekben problémát okoz számukra a munkahelyükön. (www.eduworld.sk).

A Z generáció technológiai fejlettsége igen kimagasló, nagyon sok információt képesek elsajátítani, mivel másodpercek alatt képesek minden információhoz hozzáférni. A Z generáció kimondottan jó a kapcsolatok építésében, nagyon erős társadalmi és szociológiai hálózattal rendelkeznek, amelyet a technológiai vívmányoknak hála már a földrajzi elhelyezés sem korlátoz. Ezek a fiatalok csapat orientáltak és döntés előtt több véleményt is meg szeretnek hallgatni. A multitasking ennél a generációnál teljesen természetes. Ha hosszú távon csak egy inger éri őket ez gyorsan unalmassá válik a számukra.

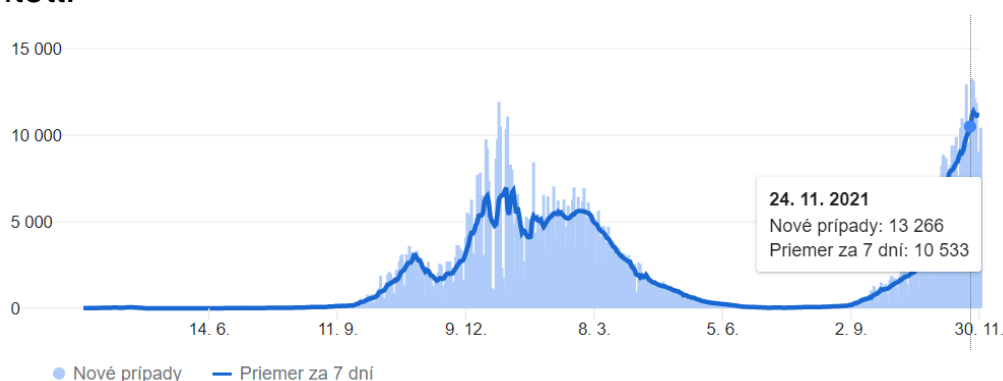
Spherion szerint a 18–24 évesek 90% -a érzi úgy, hogy tanulás vagy munka közben az iPod hallgatása növeli elégedettségüket és termelékenységüket. Erős igazságérzet jellemző rájuk. Harcolnak az emberi jogok védelméért. Ami a negatív oldalait illeti ennek a generációnak, ezek a következők: nem tudják jól kezelni a titoktartást – nyíltan beszélnek különböző fórumokon személyes dolgokról, mint pld. a szexuális élményeikről, a hovatartozásukról. A szakértők szerint ez a későbbiekben nagymértékben megmutatkozik a munkahelyeken, ahol fontos a diszkréció. A következő negatívum, ami jellemző erre a generációra a függetlenségre való törekvés. Ezek a fiatalok függetlenek akarnak lenni, viszont sok helyzetet még a korukból kifolyólag nem tudnak helyesen kezelni és ez megmutatkozik a döntéseiben. Az utolsó megemlített gyenge oldala a Z generációnak a személyes kapcsolatok hiánya. Ez a generáció annyira hozzászokott a telefonhívásokhoz és a virtuális világhoz, hogy a személyes találkozásnál gyakran kudarcot vallanak. Az alapkészségek elsajátítása és a nyelvtan szintén egyre nehezebbé válik számukra, mivel az automatizált szoftverekben bíznak, amelyek kijavítják nyelvtani hibáikat. (www.eduworld.sk).

Ha különbséget szeretnénk tenni az eddigi Y generáció és a Z generáció között azt mondhatnánk, hogy míg az Y generáció egyfajta „digitális bevándorlóként” tekinthető, addig a Z generációt már „digitális bennszülöttnek” tekinthetjük.

10. A koronavírus bemutatása szlovákiában

Szlovákiában a koronakrízis hasonlóan, bár kicsit másképp alakult, mint a világ többi részén. Az országban 2020. március 6.-án jelent meg az első eset. (domov.sme.sk). Az első hullám Szlovákiában gazdasági válságot, kényszerállapotokat, az iskolák, szórakozóhelyek, üzletek bezárását, szigorú kijárási tilalmat jelentette. Ebben az időszakban a napi pozitív esetek száma húsz ember körüli volt. (tyzden.sk). A szigorú állami beavatkozás után sikerült megfékezni a vírust. A felengedés 4 fázisban zajlott, ezek a fázisok 2 hetes időközönként követték egymást. Az ún. ötödik fázisban megnyitották a határokat és a helyzet láthatólag helyreállt. (tyzden.sk). A felszabadult nyár után érkezett ősszel a második hullám. Ekkor bezárták az iskolákat, viszont a szórakozóhelyek, az üzletek, a gyárak nyitva maradtak a gazdasági fejlődés miatt. Szlovákiában országos tesztelést vezettek be, ahol heti szinten mindenkinek tesztelnie kellett magát, hogy fertőzött-e. Ennek ellenére a vírust nem sikerült megállítani és október 29.-én – 3363 új fertőzött lett, ami az addigi maximumot jelentette. (aktuality.sk). A harmadik hullám fejlődése ennél sokkal érdekesebb. Miután a korlátozásokkal nem sikerült megfékezni a vírust, 2020. december 31.-én – új rekord lett feljegyezve, 6315 új fertőzött. Ennek hatására a korlátozások szigorodtak, teljes kijárási tilalom lépett fel, a kórházak nem bírták el a betegek számát, Szlovákia kénytelen volt segítséget kérni a környező országoktól, a kormány nem tudta megfelelően kezelni ezt a helyzetet, belebukott. Az emberek már nem voltak többé hajlandók otthon maradni, belefásultak a kialakult helyzetbe és a rendelkezések betartása sem volt megfelelően ellenőrizve. Nagyon sok új beteg fertőződött meg, bekövetkezett a kormányváltás is, és az egyetlen megoldást a kormány és az emberek a gyors oltásban látták. A harmadik hullámot ismét egy felszabadult, nyári időszak követte, amikor az új fertőzöttek száma ismét 0-hoz közelített. Az oltási arány nagyon alacsony maradt – Euró-

pában az egyik legalacsonyabb – és az őszi időjárás elhozta a negyedik hullámot. A mostani helyzetben a szigorú szabályok helyett lazítás következett be, bár a szórakozóhelyek bezártak és a beltérben kötelezővé tették a maszkviselést, ezen felül semmilyen más szabályt nem vezettek be, ami ahhoz vezetett, hogy november 24.-én Szlovákia elérte az eddigi maximumát, a 13 266 új fertőzöttet. (1. ábra). Ez után az állam kénytelen volt ismét szigorúan beavatkozni és bevezette az országos teljes lezárást, ami kijárási tilalmat és más egyéb szigorítást jelentett.



1. ábra: A napi új esetek száma Szlovákiában (fő)

Forrás: <https://github.com/CSSEGISandData/COVID-19>

11. A szabadidős tevékenységek vizsgálata a z generáció körében rimaszombatban

11.1. A kutatás célja

Az utóbbi időben egyre többször találkoztam fiatalokkal, akik nyomkodják a telefonjukat, tablettjeiket, és teljesen kizárják a külvilágot maguk körül. A szociális közösség mára már elválaszthatatlan része lett a mindennapjainknak. Úgy érzem, ezzel a tendenciával mindenképp foglalkoznunk kell. A kutatásom során négy fő kérdést tettem fel, ezekre szerettem volna választ kapni. Érdekelt milyen mértékben van jelen a rimaszombati Z generáció életében a számítógép és a szociális hálózat, ez mennyire függ a kortól és a nemtől, a járvány ezt a tendenciát milyen mértékben és milyen irányban befolyásolja. Legvégül arra a kérdésre kerestem a választ, vajon volt-e a járványnak a sok negatív hatás mellett pozitív hatása is a fiatalok életére.

11.2. A kiválasztott közeg bemutatása

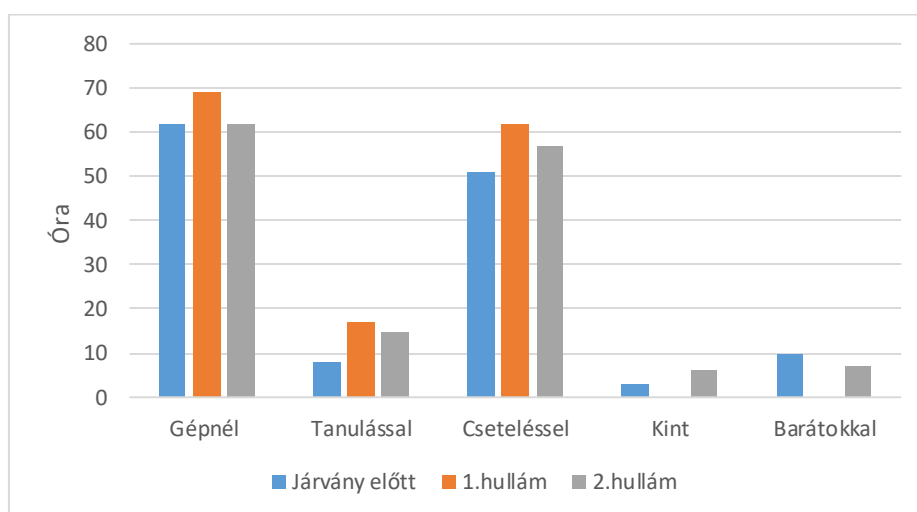
A kutatásom során Felvidéki, konkrétan rimaszombati diákokkal dolgoztam. Rimaszombatban minden létesítménnyel felvettem a kapcsolatot, így elérve, hogy az összes középiskolás hallgató kitöltötte a kérdőívet. A kérdőívben demográfiai adatokra kérdeztem rá, majd a szabadidő eltöltésével kapcsolatos információkra voltam kíváncsi. A mintát véletlenszerűen választottam ki egy jól definiált sokaságból. A legalacsonyabb életkor 14, a legmagasabb 19 volt, az átlagos életkor 16 év volt. Ezek a diákok nem szenvedtek sem szellemi, sem anyagi hátrányban. Különösen figyeltem arra, hogy az általam vizsgált diákok mind rendelkezzenek legalább egy okos készülékkel. Magyar és szlovák tannyelvű iskolákat is felkértem az együttműködésre, mivel minél nagyobb mintanagysággal szerettem volna dolgozni. A megkérdezett diákok fele – fele arányban voltak férfiak és nők. A kutatásom négykörös kérdőívezéssel zajlott. A kiválasztott közeg minden alkalommal ugyanaz volt, viszont mindig igyekeztem több személyt felkeresni és ezzel egyidejűleg leszűkíteni a célsokaságot is. A személyeket igyekeztem mindig ugyanolyan sokaságból kiválasztani, ugyanolyan feltételrendszer mellett, mivel kimondottan fontos volt számomra, hogy hasonló mintákkal dolgozzak, mivel releváns, komplex és megbízható eredményeket szerettem volna kapni a kialakult helyzetről. A megkérdezettek száma az alábbiak szerint alakult: 1.kör: 122 személy; 2.kör: 115 személy; 3.kör: 207 személy; 4.kör: 204 személy. A kiskorúak megkérdezésénél ügyeltem, hogy be legyenek tartva az etikai szabályok.

Az általam vizsgált szabadidős tevékenységeket igyekeztem a generációs jellemzők szerint és az eddig megjelent empirikus kutatások eredményei szerint leszűkíteni 5 fő területre, ezek a következők voltak: Tanulás, Csetelés, Természetben eltöltött idő, Barátokkal eltöltött idő, Számítógép előtt eltöltött idő.

11.3. A kutatás kiértékelése

Ahogy a 2. ábrán látható, a rimaszombati Z generáció valóban nagyon sok időt tölt a számítógép előtt. Ez az idő egyenesen arányos a csete-

lésre fordított idővel. A szabadidejük nagyrészt ezzel a tevékenységgel töltik. Már a koronavírus járvány kitörése előtt is láthatóan nagyon sok időt töltöttek a számítógépjeik előtt. Ez az idő átlagosan 8 óra volt naponta, míg a csetelésre fordított idő napi szinten átlagosan 7 óra volt. Ha belegondolunk nagyon aggasztó, hogy ezek a diákok jóformán az egész napjukat a számítógépjeik előtt töltik. Ez nagyon sok szempontból helytelen. Bizonyított tény, hogy a számítógépezés rontja az egészségünket, főleg, ha ilyen mennyiségben zajlik, és ebben a korban. Abban az esetben, ha túl sok időt töltünk a számítógépünk előtt, gyakran szemszárazsággal, fejfájással, ízületi panaszokkal, vagy akár kimerültséggel küzdhetünk. A számítógépnek szintúgy szemkárosító hatása van, arról már nem is beszélve, hogy a fiatalok így nem mozognak, nem töltik az idejüket a friss levegőn, ami nagyon sok negatív hatással járhat. (unipatika.hu).

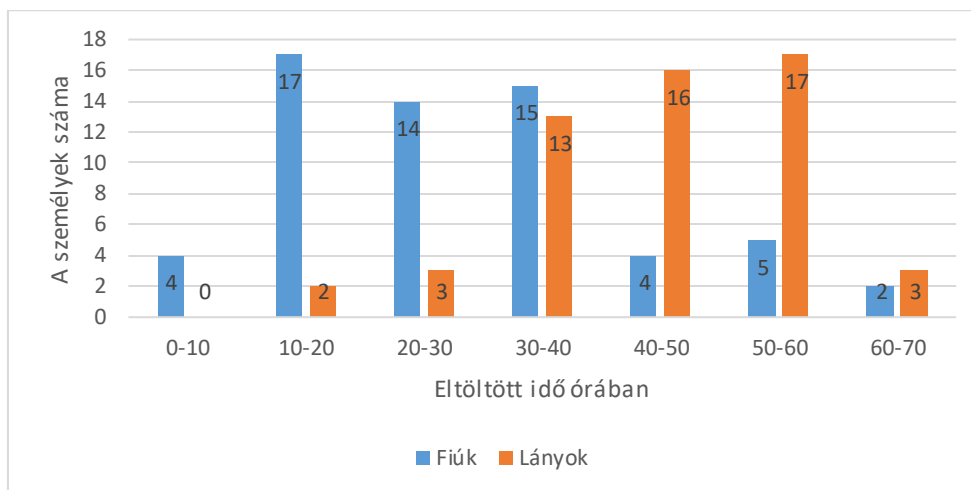


2. ábra: Átlagos heti időtöltés (órában) változása a járvány hullámainak hatására Rimaszombatban

Forrás: Kérdőíves megkérdezés alapján saját forrás

Ami a nemi megkülönböztetést illeti, a 3. ábrán látjuk, hogy a fiúk kevesebbet csetelnek. A további kutatás bebizonyította, hogy ezzel egyidejűleg jobban szeretnek kint lenni a természetben, illetve szemtől – szembe találkozni a barátaikkal. Az ábrán szintúgy látható, hogy a lányok sokkal szívesebben töltik a szabadidejüket cseteléssel és gyakrabban hanyagolják ezáltal a személyes kapcsolataikat. Ez a helyzet a koronajárvány előtt volt jellemző. El kell mondani, hogy mivel a minta

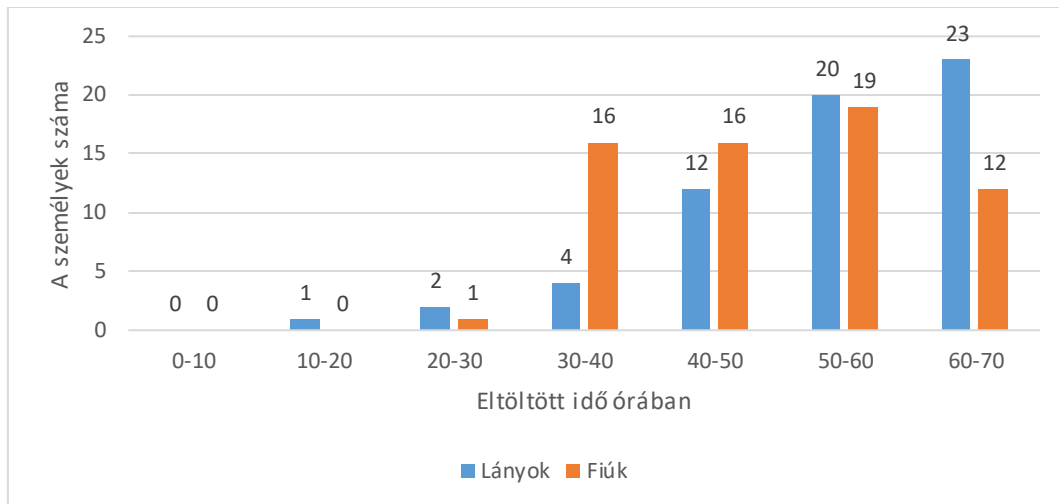
nem reprezentatív, ezért ezek az eredmények csupán az általam vizsgált mintára igazak. Annak érdekében, hogy a mintám relevánsabb és megbízhatóbb legyen bővítettem a mintát és szűkítettem a célsokaságot. Az általam vizsgált diákoknál egyre jobban kezdett el visszatükröződni a kormány és a társadalom hatása.



3. ábra: Cseteléssel eltöltött idő órában 2020. januárban Rimaszombatban

Forrás: Kérdőíves megkérdezés alapján saját forrás

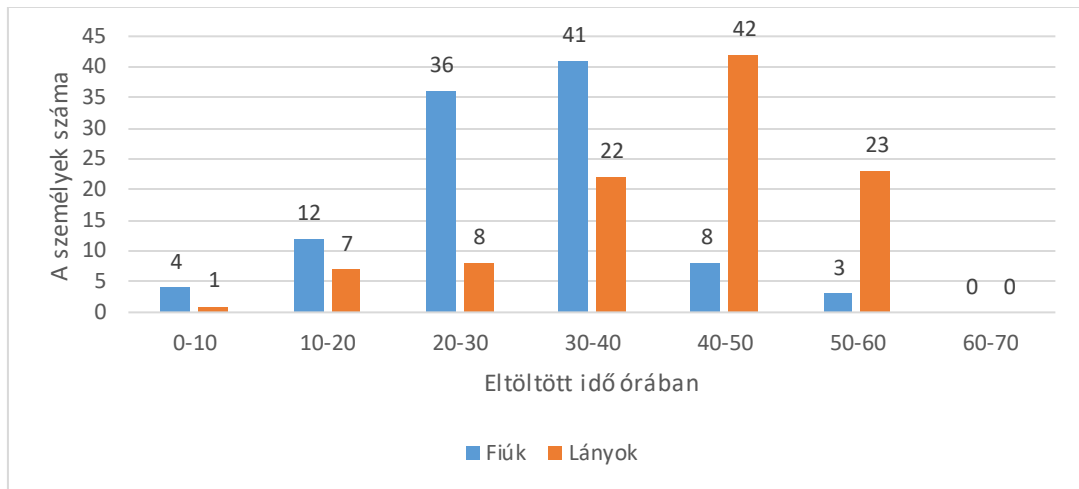
Az első hullám Szlovákia területén szigorú kijárási tilalommal járt, minden szórakozóhely, üzlet, és egyéb hely, ahol a fiatalok találkozhattak volna bezárt. Erre reagáltak az általam vizsgált diákok is. Mindkét nemnél nagymértékben megnőtt az átlagos heti idő, amit a diákok a számítógépjeik előtt, illetve cseteléssel töltöttek. (4. ábra). Ez a reakció várható volt, mivel egyéb más elfoglaltság híján a fiatalok a hozzájuk legközelebb álló megoldáshoz nyúltak, ami a számítógépük volt. Továbbra is szükségük volt interperszonális kapcsolatokra és a közösségi életre, viszont ezt sem iskolában, sem a szabadidejükben nem tudták másképp elérni a szigorú kijárási tilalom miatt. Egy másik ok, hogy miért nőtt meg ez az átlagos szám ilyen mértékben az a tanulás. Az eddigi hagyományos tanítást az iskolákban felváltotta az online tanítás, amihez a diákoknak szükségük volt számítógépekre.



4. ábra: Cseteléssel eltöltött idő órában a világjárvány alatt 2020 áprilisában Rimaszombatban

Forrás: Kérdőíves megkérdezés alapján saját forrás

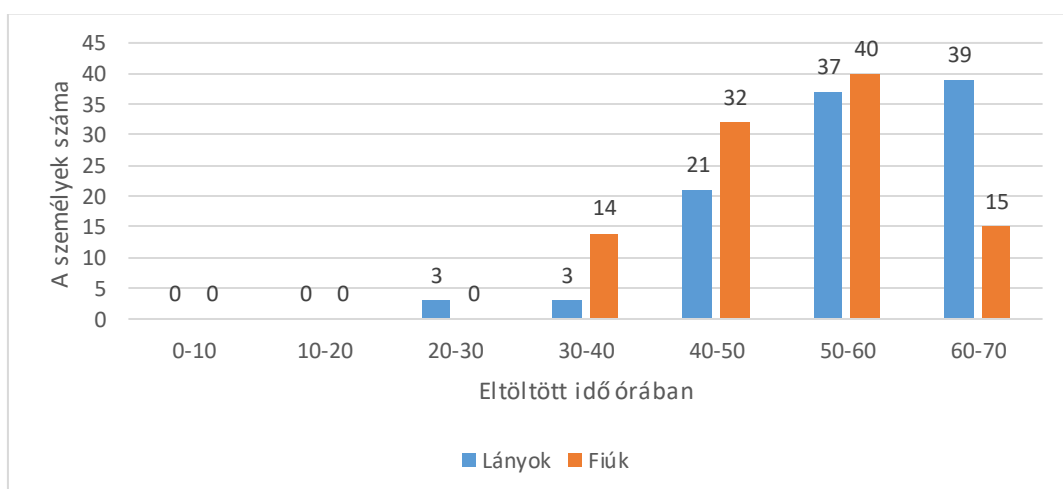
A második hullám lebonyolítása nem hasonlított az elsőhöz. Ebben az esetben az állam nem folyamodott olyan szigorú lépésekhez. Bár az iskolákat bezárták és online tanítás lett, a szórakozóhelyek, az üzletek és a gyárak nyitva maradtak a gazdasági fejlődés reményében. Ekkor már a kutatásom nagyobb mintával zajlott. A helyzet az állam gyenge beavatkozása miatt, illetve az emberek hozzáállása miatt, akik már nem voltak hajlandók többet otthon maradni, mint amennyi kimondottan szükséges volt, láthatólag elkezdett visszaállni a koronajárvány előtti helyzetre. Itt láthatjuk, hogy az általam vizsgált mintánál ismét kimutatható, hogy a lányok több időt töltenek a számítógépjeik előtt és többet csetelnek, mint a fiúk, akik ezt az időt más szabadidős tevékenységekre használják. (5. ábra).



5. ábra: Cseteléssel eltöltött idő a világjárvány második hulláma alatt 2020. októberében Rimaszombatban

Forrás: Kérdőíves megkérdezés alapján saját forrás

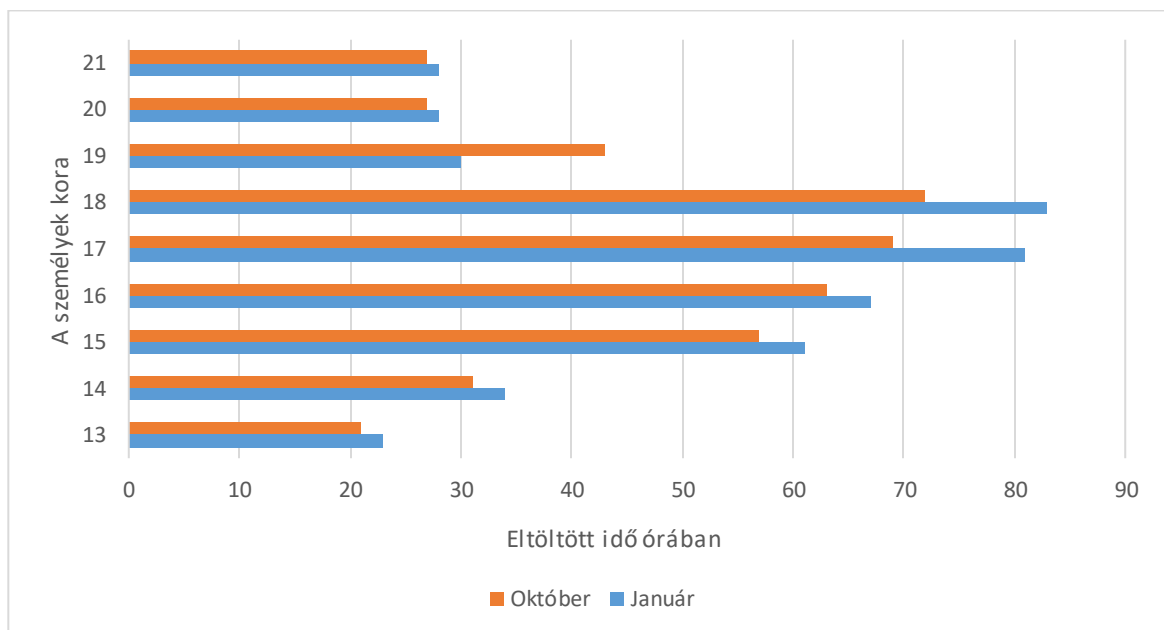
A harmadik hullám szigorításai megint elhozták a várt reakciókat. Ismét teljes és nagyon szigorú kijárási tilalom lépett fel országszerte. A kórházak nem bírták el a betegek számát, a kormány nem tudta megfékezni az indulatokat, belebukott a kialakult helyzetbe. Az emberek már többé nem voltak hajlandók otthon maradni és a kijárási tilalom sem volt megfelelően ellenőrizve. Nagyon sok új fertőzött lett. A diákok reakciói is e szerint alakultak. A szigorítások elhozták a várt eredményt és úgy a fiúk, mint a lányok tekintetében az átlagos számítógép mögött töltött óraszám nagyon nagymértékben megnőtt. (6. ábra).



6. ábra: Cseteléssel eltöltött idő a világjárvány harmadik hulláma alatt órában 2020 februárjában Rimaszombatban

Forrás: Kérdőíves megkérdezés alapján saját forrás

Ami a kor szerinti megkülönböztetést illeti, a 7. ábrán láthatjuk, hogy mint a januári, mint az októberi kérdőívezés során a számítógépük előtt a legtöbb időt a 15-18 éves korosztály tölti. Ez mind a négy kutatásomnál beigazolódott. Az internetet és a szociális hálózatokat ma már mindenki használja kortól függetlenül. A közösségi hálózatok egyre nagyobb népszerűsége tesz szert különböző korosztályok között. A kutatásom során kiderült, hogy a kor és a szociális hálózatok használata között erős kapcsolat van. A 15 évnél fiatalabb korosztály szükség esetén még inkább a szülőktől kér segítséget, illetve nem olyan jártas még az internetes világban. A 18 évnél idősebb korosztálynak már más elfoglaltságai is vannak, mint például a munkahely.



7. ábra: Átlagos heti óraszám számítógép előtt korösszetétel szerint 2020. januárban és októberben Rimaszombatban

Forrás: Kérdőíves megkérdezés alapján saját forrás

A koronavírus nagymértékben befolyásolta a Z generáció szabadidős tevékenységét. Ahogy már említettem, a szabadidős elfoglaltságot a koronavírus alatt nagymértékben befolyásolták a kormány beavatkozásai, a politikai és gazdasági döntések. Ahogy az 1. táblázatban is láthatjuk, a számítógép és a csetelés foglalja el a legnagyobb részét a Z generáció szabadidejének. A számítógép és a szociális hálózatok napi szinten 8-10 órán keresztül vannak jelen a fiatalok életében. Az

általam vizsgált diákoknál felfedezhető, hogy reagálnak a kormány beavatkozásaira.

A koronakrízis sok negatív hatása mellett felfedezhetők pozitív hatások is. Az általam vizsgált diákok több időt fordítottak tanulásra, mint a krízis előtt. A krízis előtt átlagosan heti 8 órát szántak tanulásra, míg a krízis kitörésével ez az átlagos heti óraszám megnőtt 17 órára. Ez magyarázható azzal, hogy online módon kellett tanulniuk, ami lehet, hogy közelebb állt hozzájuk, mint a hagyományos tanítás. Látható az is, hogy a második hullám enyhítései alatt is nagyobb volt az átlagos óraszám, amit tanulásra fordítottak, mint a krízis előtt (15 óra/hét). Ez az is magyarázható, hogy a diákok rájöttek a szisztematikus tanulás előnyeire és emiatt folytatják ezt. Felfedezhető egy másik pozitív hatás is, miszerint a megkérdezett diákok az első hullám alatti szigorításokra úgy reagáltak, hogy az enyhítések után több időt töltöttek a természetben. Az elméleti részben tisztáztuk milyen negatív hatása lehet a túlzott számítógépezésnek és mennyire fontos, hogy ezek a fiatalok több időt töltsenek a szabadban, ezért ezt is pozitív hatásként tekintem. Úgy gondolom, hogy ezek a diákok megtanulták értékelni a természetben eltöltött időt.

1. táblázat: Átlagos heti időtöltés változása a járvány hullámainak hatására Rimaszombatban (óra/hét)

	Járvány előtt	1. hullám	2. hullám	3. hullám
Számítógép-nél	62	69	62	71
Tanulással	8	17	15	17
Cseteléssel	51	62	57	63
Természetben	3	0	6	1
Barátokkal	10	0	7	2

Forrás: Kérdőíves megkérdezés alapján saját forrás

12. Összegzés

A kutatásom során kiderült, hogy a Z generáció megdöbbentően sok időt tölt számítógép előtt, aminek nagyon káros következményei lehetnek a jövőre nézve. Kiemelkedően fontosnak tartom, hogy erre odafigyeljünk, és megfigyeljük milyen irányba halad ez a tendencia. Ha megtanuljuk megfelelően kezelni a helyzetet, meg tudjuk akadályozni a negatív hatások meglétét és kordában tartani a közösségi hálózatok rizikóit. Ebben jelentős szerepet kell hogy vállaljanak a szülők, a tanárok, illetve azok az emberek, akik tanácsait a fiatalok elfogadják.

Az általam megkérdezettek között a legtöbb időt a számítógépük előtt a 15-18 éves korosztály tölt. Az internetnek nagyon sok pozitív tulajdonsága van, amelyeket ezek a fiatalok kihasználhatnak, viszont vannak negatív hatásai is, amelyekkel még egy 15-18 éves egyén nem tud mit kezdeni. Erre valók a szülők, a tanárok, és a hozzáértő szakemberek, akik ebben segíthetnek nekik. Azt javaslom, hogy igyekezzünk ezeket a diákokat motiválni más szabadidős tevékenységgel. Még a krízis alatt is tudunk találni olyan elfoglaltságot, amit tudunk a számítógépünkől függetlenül végezni. Ami a nemek közti különbséget illeti, a kutatásom során kiderült, hogy a lányok általában sokkal több időt töltenek az interneten, szociális hálózatokon cseteléssel, mint a fiúk.

A járványhelyzet nagymértékben változtatott az addig jellemző viselkedésen. A fiatalok az egész napjukat a számítógépeik előtt töltik. Megváltoztak a szabadidős tevékenységeik, nem jártak iskolába, nem találkozhattak barátaikkal, nem mehettek moziba. Ezeket a tevékenységeket mind helyettesítették a hozzájuk legközelebb álló megoldással, a számítógépükkel. A járványnak a sok negatív hatás mellett voltak pozitív hatásai is. Az általam megkérdezett diákok a járvány hatására több időt fordítottak a tanulásra, illetve több időt töltöttek a természetben.

A kormánynak hatalmas változtatási lehetőség van a kezében. A szigorítások mértékével és legfőképpen ezeknek a helyes kommunikációjával el tudják érni, hogy a diákok viselkedése megváltozzon. Az állami intézményrendszer ebben az esetben nagymértékben befolyásolni képes a fiatalok döntéseit.

Irodalomjegyzék

aktuality.sk, 2020, <https://www.aktuality.sk/clanok/837880/koronavirus-online-slovensko-6-november-2020/>, [Letöltve: 2020. november 6.]

Babiaková, S. 2007. Pedagogika voľného času a školské kluby detí. Banská Bystrica : PF UMB, ISBN 978-80-8083-431-9

Boyd, D. 2006. The Significance of Social Software. Blog Talk Reloaded. Vienna, Austria, 2006., <http://www.danah.org/papers/BlogTalkReloaded.html>, [Letöltve: 2020. március 20.]

Boyd, D., Ellison, N., 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In: Journal of Computer-Mediated Communication. 2007, <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/10836101>, [Letöltve: 2019. október 10.]

Brindza, J. 1983. Deti a ich voľný čas. Bratislava: Smena

Buffardi, L. – Campbell, K. 2008. Narcissism and Social Networking Web Sites. In: Personality and Social Psychology Bulletin <http://www.sakkyndig.com/psychologi/artvit/buffardi2008.pdf>, [Letöltve: 2019. december 17.]

domov.sme.sk, 2020, <https://domov.sme.sk/c/22387843/koronavirus-sledujeme-minutu-po-minute-21-april-2020.html>, [Letöltve: 2020. október 19.]

Freeman, L. 2004. The development of social network analysis: A study in The sociology of science. Canada : Empirical Press Vancouver, ISBN 1-59457-714-5

Granovetter, M. 1974. Getting a Job. Cambridge: Harvard University, ISBN 978-0-674-35416-6.

Herbert, W. 2010. Exhibitionism and Voyeurism. Workplace Consequences of Electronic Exhibitionism and Voyeurism. New York State Public Employment Relations Board, 2010. ISBN 978-1-4244-7776-0

Kisantal, B. 2020. Milyen szinten befolyásolják a szociális hálózatok a fiatalok életét különös tekintettel a világjárvány alakulására, OTDK dolgozat

Konícková, J., 2019, Aká je generácia Z?, <https://eduworld.sk/cd/jaroslava-konickova/325/aka-je-generacia-z>, [Letöltve: 2020. március 27.]

Kratochvílová, M. 2004. Pedagogika voľného času. Bratislava: UK, ISBN 80-223-1930-9

Kryštoň, M. 2003. Edukácia detí a mládeže vo voľnom čase. Banská Bystrica : UMB, ISBN 80-8055-804-3

Lipták, K., & Musinszki, Z. (2022). Impact of teleworking on shopping habits during the COVID-19 pandemic in Hungary. *Journal of International Studies*, 15(3), 186–200. <http://doi.org/10.14254/2071-8330.2022/15-3/13>

Livingstone, Sonia, Haddon, Leslie. 2011. Risk and safety on the Internet. London: EU Kids Online, ISSN 2045-256X

Mayfield, A. 2008. What is social media?, <https://www.thebalancesmb.com/what-is-social-media-2890301>, [Letöltve: 2020. április 10.]

Mohos E., 2021. <https://www.kulturalisszemle.hu/14-szam/junior-kutato-i-muhely/mohos-edina-ponyi-laszlo-az-ifjusag-szabadido-felhasznalasi-es-kulturfogyasztasi-szokasai>, [Letöltve: 2022. január 10.]

Musinszki, Z., Vallasek, M., Mélypataki, G., Horváthné, C. E., & Lipták, K. (2020). Workaholism and a New Generation – Labour Market Survey among Hungarian and Romanian Youth. *Amfiteatru Economic*, 22(14), 1227–1242. <http://doi.org/10.24818/EA/2020/S14/1227>

Osuagwu, N. 2009. The Brief Guide to Social Networking Addiction. Facebook addiction: The life and times of social networking addict. London, Routledge

Pávková, J. 1999. Pedagogika voľného času. Praha : Portál, ISBN 80-7178-295-5

Sak, P. 2009. Děti a mládež na počátku mediální a informační společnosti. http://www.prolekare.cz/cesko-slovenska-pediatric-clanek?id=5498&confirm_rules=1, [Letöltve: 2020. február 14.]

Selwin, N. 2007. Young people and their information needs in the context of the information society. London Knowledge Lab

Smith, J. 2009. Facebook's "In-House Sociologist" Shares Stats on Users' Social Behavior. Inside network. <https://www.adweek.com/digital/facebooks-in-house-sociologist-shares-stats-on-users-social-behavior/>, [Letöltve: 2020. január 17.]

Social Media Ban Experiment Reveals Facebook, Twitter Users Display Signs of Addiction., <https://www.foxnews.com/health/social-media-ban-experiment-reveals-facebook-twitter-users-display-signs-of-addiction>, [Letöltve: 2020. március 27.]

Son-Ung, K. 2019, Sociology index, <http://sociologyindex.com/>, [Letöltve: 2020. március 11.]

Szpunar, M. 2004. Społeczności wirtualne jako nowy typ Społeczności - Eksplikacja socjologiczna. In: Studia socjologiczne. <https://www.is.uw.edu.pl/struktura/zps/mazurek/socint/pliki/szpunar.pdf>, [Letöltve: 2020. február 13.]

Weisenbacher, P. 2009. Sociálne siete a knižnice, aplikácia v slovenskom prostredí. In: Zborník príspevkov z 35. medzinárodného informatického sympózia INFOS. Bratislava: Spolok slovenských knihovníkov, ISBN 978-80-969674-3-8

What is FaceBook about?, <http://socialpack.com/>, [Letöltve: 2019. november]

http://real.mtak.hu/119224/1/magyar_ifjusag_2016_2_A4.pdf, [Letöltve: 2022. január 10.]

tyzden.sk, 2020, <https://www.tyzden.sk/politika/63310/koronavirus-na-slovensku/>, [Letöltve: 2020. október 27.]

unipatika.hu, 2020, <https://unipatika.hu/magazin/lathato-tunetei-vannak-a-szamitogepezes-karos-hatasainak-patika-magazin>, [Letöltve: 2021. november 6.]

A MAGYAR ÉS A SZERB EGÉSZÉGÜGYI DOLGOZÓK MUNKÁJUKKAL VALÓ ELÉGEDETTSÉGÉNEK ÖSSZEHASONLÍTÓ VIZSGÁLATA

dr. Kocsicska Ivana

PhD hallgató

Hantos Elemér Gazdálkodás- és Regionális Tudományi Doktori Iskola

1. Bevezetés

A humán erőforrás kulcsfontosságú eleme a hatékony szolgáltatás nyújtásnak és ebből kifolyólag a modern menedzsment egyik legfontosabb fókuszpontjává vált. Az elégedett alkalmazottak teszik sikeressé a szervezeteket, valamint a munkavállalók munkájukkal való elégedettsége és az elért termelékenység közötti kapcsolat elemzése fontos szempont a szolgáltatások fejlesztésében. Az egészségügyi humán erőforrás szervezésében és irányításában kiemelkedő jelentősége van az egészségügyi reformok során befogadott egészségügyi menedzsmentnek. Az egészségügyi menedzsment ma már természetes fogalom a fejlett országokban. A globalizáció hatására világszerte, a 1970-es évek óta egészen a mai napig reformok következtek be az egészségügyi szektorban. Az egészségügyi menedzsment fő feladata, célja és prioritása egy magas színvonalú és empatikus egészségügyi ellátás biztosítása (Dixon-Woods et al, 2014).

Olyan országok esetében, mint pl. Szerbia, ahol a társadalmi és gazdasági változások 15-20 évvel ezelőtt kezdődtek el, az egészségügyi menedzsment eléggé újszerű jelenségnek tekinthető és jelenleg is nagy erőfeszítések révén integrálódik az egészségügyi rendszerbe. Jugoszlávia történelmi magjaként Szerbia lassabb ütemben követte a környező országokban zajló demokratikus változásokat és az egészségügyi ellátórendszer fejlődését is nagymértékben a történelmi körülmények befolyásolták. 2002-ben a szerb kormány megkezdte az egészségügyi rendszer reformját (Bjegović-Mikanović et al, 2019). Ebben a folyamatban a szerb kormánynak az Európai Unió és a Világbank nyújtott segítséget. Az egészségügyi rendszer reformjának fő célkitűzése

az egészségügyi ellátás javítása, az egészségügyi szolgáltatások hozzáférhetőségének növelése, a meglévő pénzügyi források hatékonyabb felhasználása, valamint a minőség javítása (World Bank, 2009). Azt is meg kell említeni, hogy a szerbiai egészségügyi rendszerben komoly nehézségek keletkeztek a fenntartható finanszírozási modell megvalósítása során (Jakovljevic et al, 2011). Összegezve, Szerbiában a fejlett európai országok, főleg a szomszéd országok példáját követve egy olyan rendszer kialakulása kezdődött el, amely képes lehet elérni a fejlett országok szintjét. Ilyen szempontból, Szerbia esetén fontos szerepet tölthet be az egészségügyi rendszer folyamatos összehasonlítása más, fejlettebb országok egészségügyi rendszerével. Közben szem előtt kell tartani az ország eddigi gazdasági fejlődését és ezzel arányban értékelni az egészségügyi rendszer reformjai során elért eredményeket.

Egy másik, gazdaságilag fejlettebb ország pl. Magyarország esetén is célszerű lehet összehasonlítani az egészségügyi ellátás szintjét egy gazdaságilag fejletlenebb országgal. Ez egyrészt bizonyítékként szolgálhat arra, hogy valójában milyen hatással voltak a korábban végrehajtott egészségügyi reformok és mennyire fejlődött az egészségügyi rendszer a korábbi állapotához képest. Másrészt, motiváló hatásként szolgálhat a további fejlődéshez, növelheti az ellátások versenyképességét és megerősítheti az egészségügyi menedzsment szerepét is. Ahogyan már korábban említettem, az összehasonlítás szempontjából főleg jelentős lehet a humánerőforrási aspektus. A két ország egészségügyi dolgozói helyzetének, elégedettségének, motivációjának elemzése és a munkakörülmények közötti eltérések, hasonlóságok kivizsgálása mélyebb betekintést nyújthat ezek egészségügyi rendszereinek működésébe.

2. Kutatási probléma és kérdésfelvetés

A jelenlegi kutatásomban a magyar és a szerb egészségügyi dolgozók munkájukkal való elégedettségét szeretném összehasonlítani, az irodalomban, illetve hivatalos adatbázisokban elérhető adatok alapján. Más rendszerekből kiindulva, feltételezhetjük, hogy az egészségügyi rendszerre is igaz, hogy célszerű lenne országos szinten felmérni a munkavállalók munkájukkal való elégedettségét, egy erre kialakított módszerrel és az így kapott adatokat részletesen elemezni, illetve

nemzetközi szinten összehasonlítani. Ez szükséges lenne mindkét országban, Magyarországon és Szerbiában is. A kutatásom egyik legjelentősebb kérdése, hogy a jelenleg elérhető adatok, melyek közvetlenül vagy közvetve mutatják az egészségügyi dolgozók elégedettségét, milyen mértékben elegendőek releváns következtetések levonására. A kutatásomban arra is szeretnék választ kapni Magyarországot és Szerbiát illetően, hogy mivel két eltérő gazdasági fejlettségű országról van szó, mennyire jelentős az eltérés az állami egészségügyi intézményekben dolgozók számát és munkájukkal való elégedettségét tekintve.

A megfogalmazott, lényeges kérdések válaszolása, valamint az egészségügyi dolgozói elégedettség jelenlegi helyzetének megértését támogató, elérhető adatok elemzése e kutatásom fő célkitűzése.

3. Szakirodalmi áttekintés

A sikeres szervezetek jól ismerik a saját környezetüket és azt a tényt is, hogy versenyképességük növelése érdekében használt legfontosabb eszközüket a munkavállalók munkájukkal való elégedettsége és a motivált munkaerő jelenti (Adidze, 2009). Az elégedettebb munkavállalók hatékonyabbak a munkavégzés során, kevesebbet hiányoznak és ritkábban hagyják el a munkahelyüket, illetve szakmájukat. Emellett, kellemesebb munkaléggőrt teremtenek és motiválják a kollégákat is a munkavégzés során (Koys, 2001). A sikeres humánerőforrás menedzsment a munkavállalók motivációját és a munkájukkal való elégedettséget befolyásoló tényezők kiváló ismeretén alapul.

A munkával való elégedettség az egyik legtöbbet kutatott jelenség az emberi erőforrás menedzsment és a szervezeti viselkedés területén. Általában úgy fogalmazzák meg, mint egy "kellemes vagy pozitív érzelmi állapotot, amely az egyén munkájának vagy munkahelyi tapasztalatainak értékeléséből ered" (Schneider és Snyder, 1975; Locke, 1976). A munkával való elégedettség a munkamotiváció egyik kulcseleme, amely alapvető meghatározója az egyén szervezetben való viselkedésének (Ćulibrk et al, 2018). Emiatt gyakran előfordul, hogy a szakirodalomban, sőt egyes empirikus kutatásokban is a munkával való elégedettséget azonosítják a motiváció fogalmával. Bár a két fogalom egyértelműen kétségtelenül összefügg és nagymértékben függ egymástól, mégis két különböző fogalomról beszélhetünk.

A munkával való elégedettség a munkavállalók a munkájukhoz való hozzáállást, munkájukhoz kapcsolódó kognitív, affektív és értékelő reakcióit foglalja magában. Egyes szerzők úgy vélik, hogy a munkahelyi elégedettséget az egyes munkavállalók egyéni elégedettségeként lehet meghatározni, míg mások szerint a munkahelyi elégedettséget a szervezet összes munkavállalójának kollektív elégedettségeként kell elemezni. Fields szerint, a munkával való elégedettség különböző tényezők által kiváltott affektív reakciók összessége (Fields, 2002). Szintén, egyes szerzők a munkával való elégedettség holisztikus, egydimenziós megközelítését támogatják, míg mások ragaszkodnak az additív megközelítéshez, amely több szempontot is magába foglal. A holisztikus megközelítés jól magyarázható Spector definíciójával, amely szerint a munkával való elégedettség az, amit egy munkavállaló a munkája, illetve annak különböző aspektusai iránt érez (Spector, 1997). Az additív megközelítés pedig, a munkáért járó anyagi ösztönzőkkel, az előléptetéssel, a felettesek általi támogatásával, a munkakörnyezettel, a kommunikációval és a személyközi kapcsolatokkal való elégedettséget foglalja magában.

A munkavállalók munkával való elégedettségének és motivációjának mérése a szervezeti vezetés fontos eleme. Ezeknek a méréseknek a fő célja a szervezetek erősségeinek és gyengeségeinek felismerése és felmérése a különböző tényezők által elért elégedettség alapján. Korábbi kutatások megerősítik, hogy fontos összefüggés van a munkavállalók elégedettsége és a szervezetek pénzügyi forgalma között (Freeman, 1977). A munkavállalók munkájukkal való elégedettsége hozzájárul a minőség növeléséhez, ami továbbá növelheti a versenyképességet és az ügyfél-elégedettséget. (Lipták – Musinszki, 2021) Az egészségügyre is igaz globális szinten, hogy csak azok az egészségügyi szervezetek tudnak megfelelően és sikeresen működni, melyek elsődleges fejlesztési erőforrásnak tekintik az alkalmazottakat és hangsúlyt fektetnek a humán erőforrásban rejlő potenciál aktív kezelésére. Az egészségügyi dolgozók az egészségügyi rendszer „kapuőrei”, mivel tevékenységükkel biztosítják a zökkenőmentesen működő szolgáltatást, egyes egészségügyi létesítmények, illetve az egész egészségügyi rendszer szintjén (Franco et al., 2002), melynek elődléges célja az egészség megőrzése és javítása. Ahogyan már korábban is említésre került, az egészségügyi menedzsmentnek kiemelkedő jelen-

tősége van az egészségügyi személyzet számára megfelelő munkakörülmények biztosításában. Például, az ápolási menedzsment fejlesztése és az optimális minőségű ápolási tevékenység, illetve az ápolók munkájukkal való elégedettsége között pozitív korreláció figyelhető meg (Van Bogaert et al., 2010), míg ellenkezőleg, negatív korrelációban áll a gyógykezelési hibákkal (Van Bogaert et al., 2014), a személyzet kiegészével és fluktuációjával (Weber, 2010). Sőt, bizonyos vizsgálatok a megfelelő ápolási menedzsment és az alacsonyabb halálozási arányok kapcsolatára is rámutattak (Wong et al., 2013). Röviden összefoglalva, a motivált személyzet pozitívan befolyásolja a hatékonyságot és a teljesítményt (Bossert et al., 2007).

Az egészségügyi ellátás minősége az egyén, de a lakosság szintjén is prioritásnak számít. Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) "Egészség 21 - Az egészséget mindenkinek - A WHO európai régiójának egészségpolitikai kerete" című dokumentumában a minőség növelését az egészségügyi ellátásban globális célként fogalmazta meg (WHO, 1998).

4. Módszertani leírás

Jelenlegi kutatásom során szekunder adatok elemzését végeztem el, a magyar és szerb szakirodalom, a statisztikai adatbázisokban szereplő hivatalos adatok és a témában végzett korábbi kutatások eredményei alapján. A demográfiai helyzet bemutatását, illetve az egészségügyi intézmények, azok dolgozói és munkával való elégedettségük bemutatását különböző hivatalos publikációkban és internetes honlapokon talált statisztikai adatokra és mutatókra alapoztam. Különösen kiemelném a magyar Állami Egészségügyi Ellátó Központ beszámolóját az egészségügyi ágazati humán erőforrás helyzetéről a 2014-2018 közötti időszakra vonatkozóan, illetve a szerb Közegészségügyi Intézet az állami intézmények dolgozóinak munkájukkal való elégedettségére vonatkozó éves jelentéseit, 2014-2019 közötti időszakban.

Fontos megemlíteni, hogy a vizsgálat téma további kutatási lehetőségeket nyújt. A COVID-19 pandémia során szerzett tapasztalatok és információk elemzése hasznos elemként szolgálhat az egészségügyi humán erőforrás-gazdálkodás és tervezési politika koncepció megalkotásában. Ilyen szempontból célszerű lehet a COVID-19 világjárvány

előtti és utáni időszak munkával való elégedettségi paramétereinek összehasonlítása.

5. Eredmények

5.1. A magyar és a szerb egészségügyi humánerőforrás általános összehasonlítása

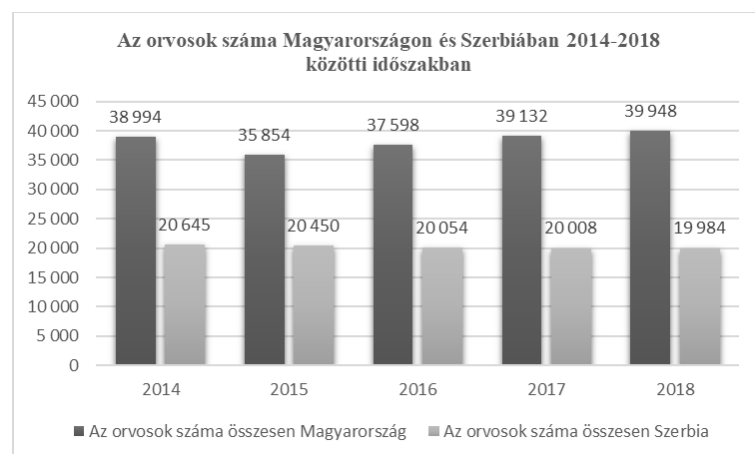
A becslések szerint, Szerbia lakossága 2020-ban 6 899 126 volt – 3 360 306 férfi és 3 538 820 nő (Batut, 2020). A magyar Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján, Magyarország népessége 2021. január 1-én 9 730 772 volt, 4 663 794 férfi és 5 066 978 nő. Ez alapján az mondható, hogy Magyarország népessége kb. 30%-kal nagyobb Szerbia lakosságánál.

Magyarországon 2014-ben a dolgozó orvosok száma összesen 38 994, míg 2018-ban 39 948 volt, ami 2,4%-os létszám emelkedést jelentett a 2014-es helyzethez képest (ÁEEK, 2019). Szerbiában 2014-ben az állami egészségügyi intézményekben dolgozó orvosok száma 20 645 volt, 2018-ban pedig az orvosok száma 19 984-re csökkent, ami 3,3%-os csökkentést jelentett. A magyar és a szerb dolgozó orvosokra vonatkozó adatokat a 1. ábra szemlélteti. Magyarországon az összes dolgozó orvosok száma 2014-ben 52,9%-kal magasabb volt a szerb egészségügyi intézményekben dolgozó orvosok számánál. A 100 000 lakósra jutó orvosok számát a 2. ábra mutatja be, mely alapján látható, hogy 2014-ben a 100 000 lakósra jutó orvosok száma Magyarországon 27,1%-kal magasabb volt, mint Szerbiában. 2018-ban ez a szám 30,1 %-ra emelkedett. Az ápolók abszolút számára, illetve a 100 000 lakósra jutó ápolók számát Magyarországon és Szerbiában a 3. és 4. ábrák mutatják be. 2014-ben a dolgozó ápolók száma Magyarországon 44,1%-kal magasabb volt, mint Szerbiában, valamint ugyanabban az évben a 100 000 lakósra jutó ápolók száma 23,6%-kal volt magasabb Magyarországon. 2018-ban az ápolók száma 53,8%-kal, míg a 100 000 lakósra jutó ápolók száma 35,4%-kal magasabb volt Magyarországon, mint Szerbiában.



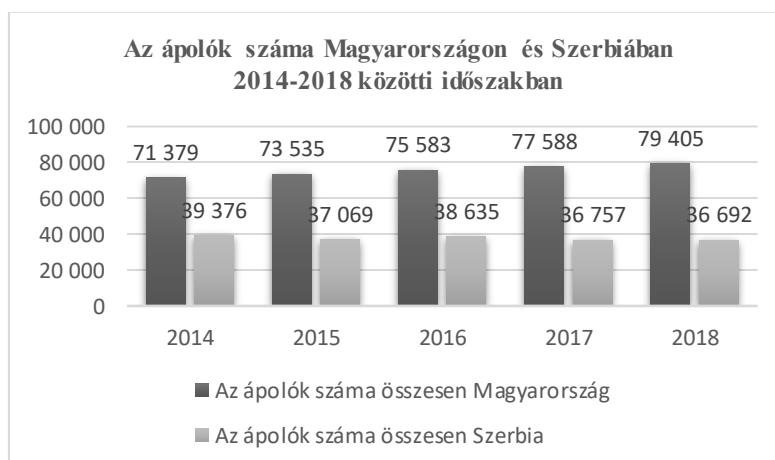
1. ábra: 100 000 lakásra jutó orvosok száma Magyarországon és Szerbiában 2014-2018 között

Forrás: Saját szerkesztés (Batut, 2020 és ÁEEK,2019 alapján)



2. ábra: A dolgozó orvosok száma Magyarországon és Szerbiában 2014-2018 közötti időszakban

Forrás: Saját szerkesztés (Batut, 2020 és ÁEEK,2019 alapján)



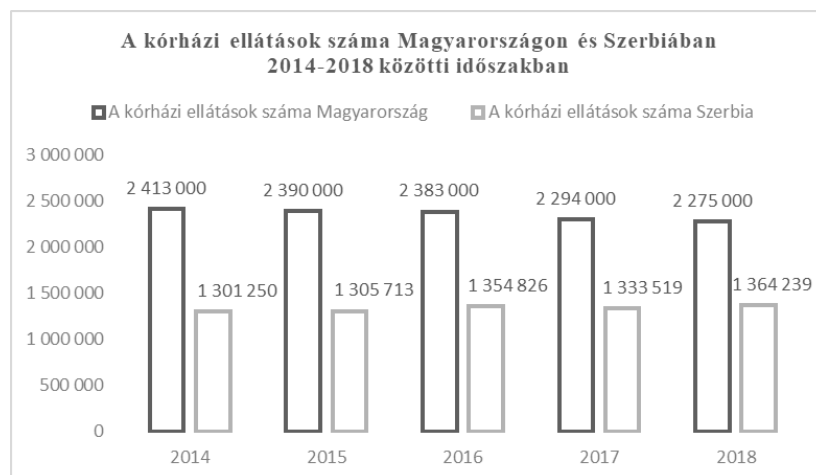
3. ábra Az ápolók száma Magyarországon és Szerbiában 2014-2018 közötti időszakban

Forrás: Saját szerkesztés (Batut, 2020 és ÁEEK,2019 alapján)



3. ábra: 100 000 lakásra jutó ápolók száma Magyarországon és Szerbiában 2014-2018 között
 Forrás: Saját szerkesztés (Batut, 2020 és ÁEEK,2019 alapján)

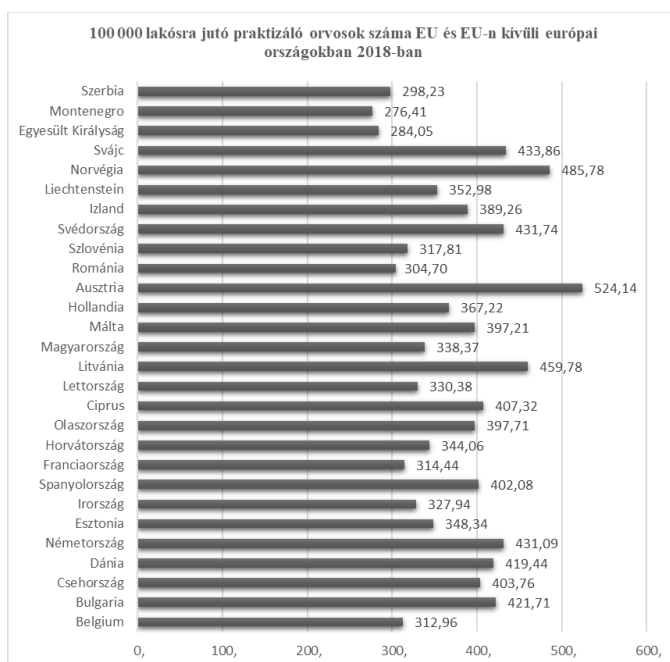
Szintén fontos indikátor az egészségügyi ellátást illetően a kórházi ágyak számán kívül, a kórházi ellátások száma jelenti. Az 5. ábra szemlélteti a kórházi ellátások számát Magyarországon és Szerbiában 2014 és 2018 közötti időszakban. 2018-ban Magyarországon 40,1%-kal magasabb volt a kórházi ellátások száma, mint ugyanabban az évben Szerbiában.



5. ábra: A kórházi ellátások száma Magyarországon és Szerbiában 2014-2018 közötti időszakban
 Forrás: Saját szerkesztés (Batut, 2020 és ÁEEK,2019 alapján)

A többi európai (EU és azon kívüli) országokkal összehasonlítva, Eurostat adatok alapján látható, hogy Magyarországon, illetve Szerbiában az orvosokkal való ellátottság megfelel az európai szintnek. Az

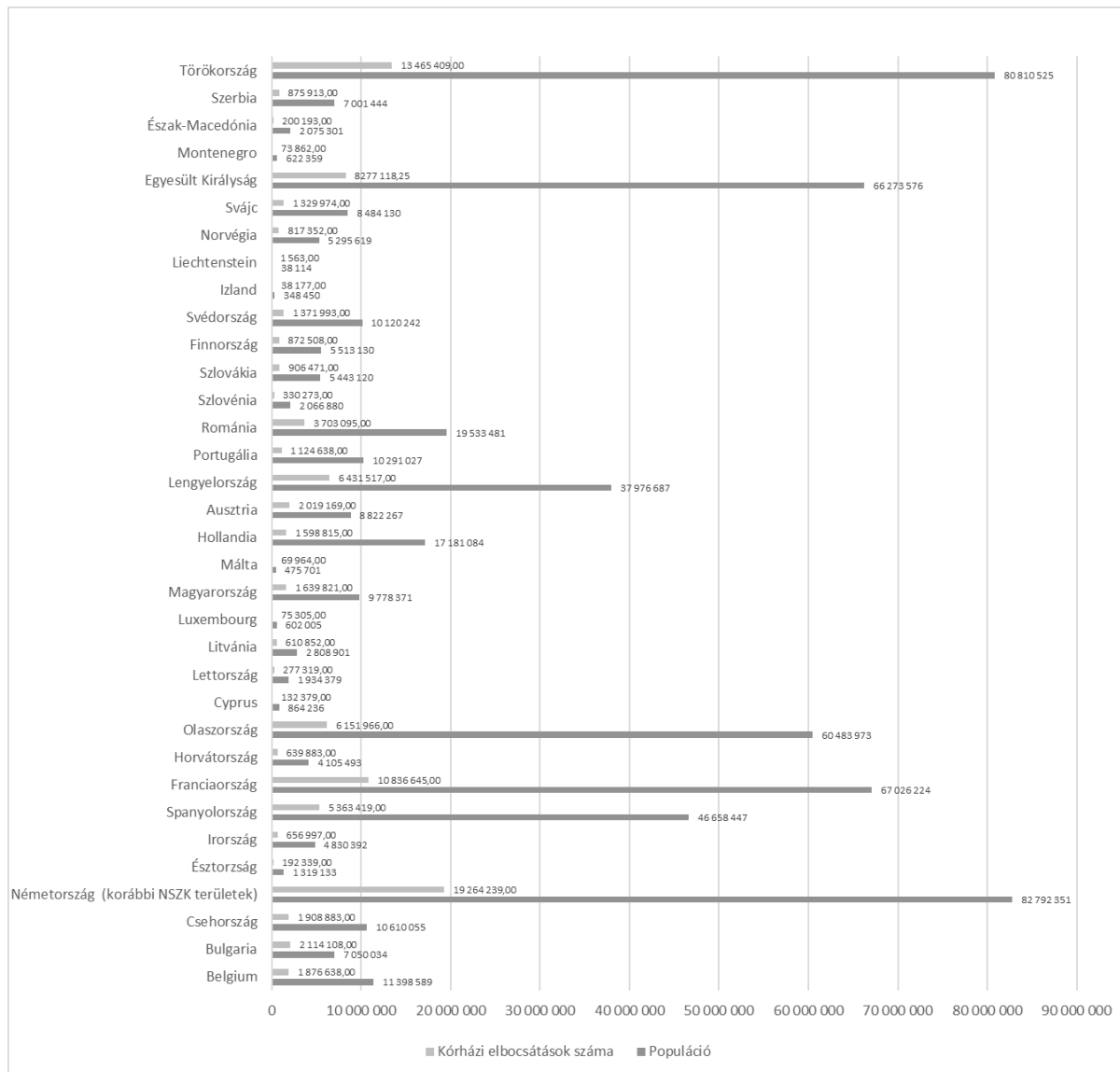
egyres európai országokban a 100 000 lakásra jutó orvosok számát az 6. ábra mutatja be.



5. ábra: 100 000 lakásra jutó praktizáló orvosok száma az egyes európai országokban 2018-ban

Forrás: Saját szerkesztés (Statistics | Eurostat (europa.eu) adatok alapján)

A különböző európai országokban 2018-ban a kórházi elbocsátások számát, Eurostat adatai alapján, a 7. ábra szemlélteti. Egyértelműen látszik, hogy a legnagyobb számú kórházi elbocsátás a legnagyobb lakosságú országok esetében figyelhető meg, illetve fordítva is igaz. A legalacsonyabb számú kórházi elbocsátás a legkisebb lakosságú országokban történt meg.



7. ábra: A kórházi elbocsátások száma 2018-ban különböző európai országokban (az egyes országok 2018-as populációs adatai is feltüntetve)
 Forrás: Saját szerkesztés (Statistics | Eurostat (europa.eu) adatok alapján)

5.2. A magyar egészségügyi dolgozók munkájukkal való elégedettség 2014 és 2018 közötti időszakban

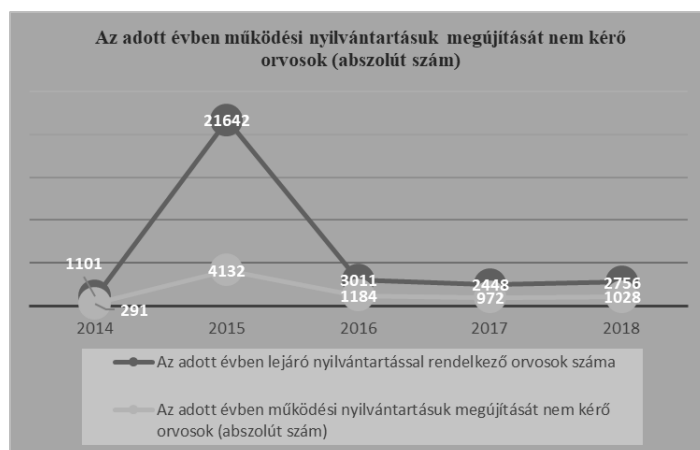
Jelenleg kevés adat érhető el a magyarországi egészségügyi intézmények dolgozóinak munkájukkal való elégedettségére vonatkozóan, hivatalos és az összes egészségügyi létesítményre kiterjedő egységes felmérés hiányában. Ebből az okból kifolyólag, az egészségügyi intézmények dolgozóinak (pl. orvosok, ápolók) elégedettségére vonatkozó adatokra közvetett módon kell következtetni. Az Állami Egészségügyi

Ellátó Központ (jogutódja Országos Kórházi Főigazgatóság) az egészségügyi ágazati humán erőforrás helyzetéről szóló éves beszámolóiban szereplő adatok alapján, az egészségügyi dolgozók elégedettségére a működési nyilvántartásuk megújítását nem kérők (nyugdíjba vonulók, a szakmát elhagyók, a külföldön pályafutásukat folytatni kívánók) számát figyelembe véve tudunk különböző konzekvenciákat levonni.

A 8. és 10. ábrán látható azok orvosok és egészségügyi szakdolgozók száma, melyek nem kérték működési nyilvántartásuk megújítását, az adott évben lejáró nyilvántartással rendelkezők százalékában kifejezve, 2014-2018 közötti időszakra vonatkozóan. A 9. és 11. ábrák ugyanezeket az adatokat szemléltetik abszolút számokban. Az adott adatok alapján látszik, hogy 2016-ban a 2015-ös adathoz képest 20% emelkedés következett be a működési nyilvántartásuk megújítását nem kérő orvosok százalékában, mely 2017-ben nem változott jelentősebben, illetve 2018-ban 2%-os csökkenés volt látható az előző évhez képest.



8. ábra: Az adott évben működési nyilvántartásuk megújítását nem kérő orvosok (az adott évben lejáró nyilvántartással rendelkezők százalékában kifejezve) Magyarországon 2014-2018 között
Forrás: Saját szerkesztés (ÁEEK,2019 alapján)

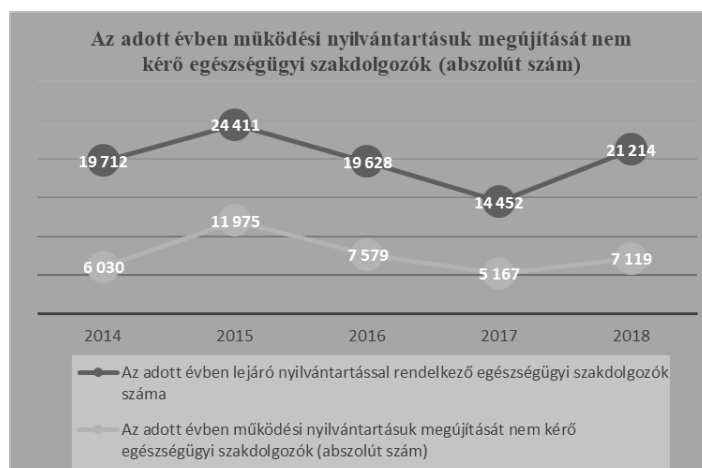


9. ábra: Az adott évben működési nyilvántartásuk megújítását nem kérő orvosok (abszolút szám) Magyarországon 2014-2018 között
 Forrás: Saját szerkesztés (ÁEEK,2019 alapján)

Az egészségügyi szakdolgozókra vonatkozó adatokat elemezve, az látható, hogy a működési nyilvántartásuk megújítását nem kérők száma az adott évben lejáró nyilvántartással rendelkezők százalékában kifejezve 18,47%-kal emelkedett, majd 2016-ban 10,45%-os csökkenést követően, továbbra is csökkent ez a százalék a következő 2 évben.



10. ábra: Az adott évben működési nyilvántartásuk megújítását nem kérő egészségügyi szakdolgozók (az adott évben lejáró nyilvántartással rendelkezők százalékában kifejezve) Magyarországon 2014-2018 között
 Forrás: Saját szerkesztés (ÁEEK,2019 alapján)



11. ábra: Az adott évben működési nyilvántartásuk megújítását nem kérő egészségügyi szakdolgozók (abszolút szám) Magyarországon 2014-2018 között

Forrás: Saját szerkesztés (ÁEEK,2019 alapján)

A működési nyilvántartás nem megújításnak több oka is lehet. A leg-evidensebb okok mindenképpen az egészségügyi dolgozók nyugdíjba vonulása, a szakma elhagyása, illetve a külföldre való költözés és ot-tani munkavállalás. Ha az érvényes működési nyilvántartással rendelkező 70 évnél idősebb korcsoportba tartozó egészségügyi dolgozók számát nézzük, konkrétan az orvosok és egészségügyi dolgozók esetében, látható, hogy 2015-ben jelentősen csökkent (891 fővel) az orvosok száma (12. ábra). Ez a jelenség hozzájárulhatott ahhoz, hogy 2016-ban emelkedett a működési nyilvántartás megújítását nem kérők száma. Az egészségügyi szakdolgozók esetében 2014-2018 közötti időszakban a 70 életévnél idősebb csoport száma egyenletesen mozgott, nagyobb emelkedések, csökkenések nélkül.

A szakképesítésüket külföldön történő elismerése céljából hatósági bizonyítványt kérő orvosok és egészségügyi dolgozók száma 2014-2018 közötti időszakban folyamatosan csökkent, amit a 13. ábra szemlélteti. Ez a jelenség hozzájárulhatott ahhoz, hogy 2017-ről 2018-ra csökkent azok orvosok száma, melyek nem kérték a működési nyilvántartásuk megújítását, illetve, hogy 2015-óta folyamatosan csökken azok egészségügyi szakdolgozók száma, melyek nem kérték a működési nyilvántartásuk megújítását. Bár a bemutatott hivatalos adatok elemzéséből a működési nyilvántartás nem megújításnak bizonyos okai feltételezhetők, ennek a jelenségnek a magyarázata sokkal mélyebb és komplexebb vizsgálatot igényel, mely egy következő kutatás tárgya lehet.



12. ábra: Az érvényes működési nyilvántartással rendelkező, 70+ korcsoportba tartozó orvosok és egészségügyi szakdolgozók száma Magyarországon 2014-2018 közötti időszakban
 Forrás: Saját szerkesztés (ÁEEK,2019 alapján)



13. ábra: A szakképesítésüket külföldön történő elismerése céljából hatósági bizonyítványt kérő orvosok és egészségügyi szakdolgozók száma Magyarországon 2014-2018 közötti időszakban
 Forrás: Saját szerkesztés (ÁEEK,2019 alapján)

4.3. A szerb egészségügyi dolgozók munkájukkal való elégedettsége 2014 és 2018 közötti időszakban

Szerbia esetében, az állami egészségügyi intézményekben dolgozók elégedettségének elemzése közvetlen adatok alapján, egyszerűbb módon történt meg a 2014-2018 közötti időszakra vonatkozóan, a szerb Közegészségügyi Intézet Dr. Milan Jovanovic Batut” az állami egészségügyi intézményekben dolgozók munkájukkal való elégedettségre vonatkozó éves jelentései alapján. Ezek az éves jelentések

323(2014-ben és 2015-ben), illetve 324 (2016-ban, 2017-ben, 2018-ban és 2019-ben) állami egészségügyi intézményre vonatkozó adatokat foglaltak magukban. A felmérésbe 2014-ben 73 793, 2015-ben 73 940, 2016-ban 71 328, 2017-ben 70 716, 2018-ban 71 512 és 2019-ben 70 277 dolgozó bevonása történt meg. Ezek bevont alkalmazottakból a kérdőívre válaszolók százaléka 83,12%, 2015-ben 83,3%, 2016-ban 82%, 2017-ben 85%, 2018-ban 83,9% és 2019-ben 84,5% volt.

A kérdőív öt elégedettségi kategóriát tartalmazott (nagyon elégedett, elégedett, sem elégedett, sem elégedetlen, elégedetlen és nagyon elégedetlen), illetve az egészségügyi intézményi dolgozókat négy csoportra osztották (egészségügyi dolgozók (szakemberek), klinikai végzettségű egészségügyi dolgozók, adminisztratív és technikai személyzet). Az egészségügyi dolgozók csoportjába az orvosok, ápolók, fogorvosok, gyógyszerészek és az egészségügyi szakdolgozók egyéb profiljai tartoztak (pl. 2018-ban Szerbiában az egészségügyi dolgozók 54%-át az ápolók, 19%-át az orvosok, 5%-át a fogorvosok, 1%-át a gyógyszerészek és 8%-át az egyéb kategória képviselte).

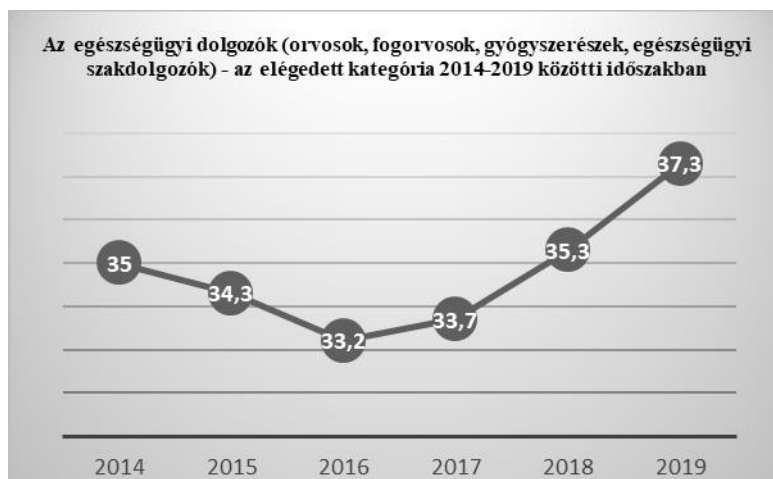
A 14. ábra alapján látszik, hogy 2014 és 2019 között folyamatosan emelkedett a nagyon elégedett egészségügyi dolgozók aránya. Kivételt a 2016-os év jelent, mikor a nagyon elégedett dolgozók aránya 6,6% volt és megegyezett a 2014-es aránnyal. 2018-ban a nagyon elégedett egészségügyi dolgozók aránya 8,7%, míg 2019-ben 10,5% volt.



14. ábra: A nagyon elégedett egészségügyi dolgozók arányának alakulása Szerbiában 2014-2019 között

Forrás: Saját szerkesztés (Batut, 2020 alapján)

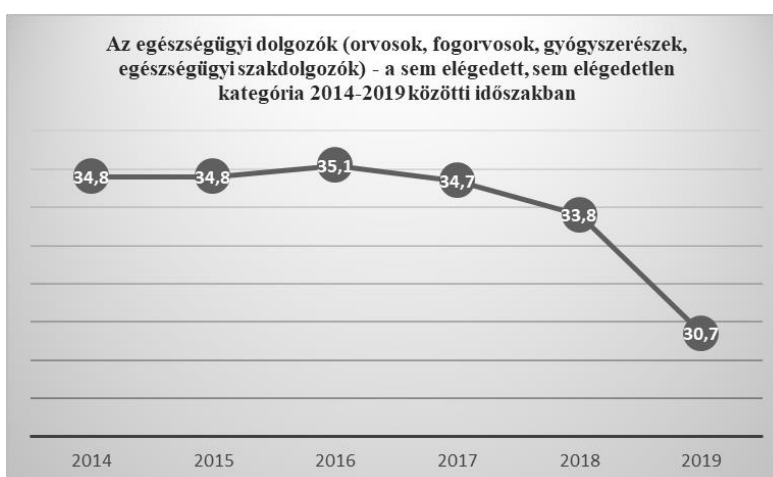
Az elégedett egészségügyi dolgozók aránya Szerbiában 2014-től 2016-ig csökkent, majd 2016-óta folyamatosan emelkedett (15. ábra). 2018-ban az elégedett egészségügyi dolgozók aránya 35,3%, míg 2019-ben 37,3% volt.



15. ábra: Az elégedett egészségügyi dolgozók arányának alakulása Szerbiában 2014-2019 között

Forrás: Saját szerkesztés (Batut, 2020 alapján)

A sem elégedett, sem elégedetlen egészségügyi dolgozók aránya a 34,8%-os 2014-es és 2015-ös értékről 2016-ban 0,3%-kal emelkedett, majd 2016-óta folyamatosan csökkent 2019-ig, amit a 16. ábra szemlélteti. Ez a csökkenés hozzájárulhatott az elégedett egészségügyi dolgozók arányának növekedéséhez 2016-2019 között.



16. ábra: A sem elégedett sem elégedetlen egészségügyi dolgozók arányának alakulása Szerbiában 2014-2019 között

Forrás: Saját szerkesztés (Batut, 2020 alapján)

Az elégedetlen egészségügyi dolgozók aránya is a sem elégedett sem elégedetlen kategóriához hasonlóan változott 2014-2019 közötti időszakban (17.ábra). A 2016-os 1%-kos arány növekedést követően, 2017-2019 közötti időszakban csökkent az elégedetlen egészségügyi dolgozók száma, ami csökkenés hozzájárulhatott az elégedett egészségügyi dolgozók arányának növekedéséhez 2016-2019 között.



17. ábra: Az elégedetlen egészségügyi dolgozók arányának alakulása Szerbiában 2014-2019 között

Forrás: Saját szerkesztés (Batut, 2020 alapján)

A nagyon elégedetlen egészségügyi dolgozók aránya 1,7%-kal csökkent a 2014-2019 közötti időszakban. Viszont, a többi kategóriához képest, az egészségügyi dolgozók nagyon elégedetlen csoportja az a kategória, melyhez a nagyon elégedett kategória mellett, a dolgozók legkisebb aránya tartozik, illetve melyben legkisebb ingadozások figyelhetők meg 2014-2019 közötti időszakban.



18. ábra: A nagyon elégedetlen egészségügyi dolgozók arányának alakulása Szerbiában 2014-2019 között
Forrás: Saját szerkesztés (Batut, 2020 alapján)

6. Következtetések

Magyarországon is, Szerbiában is megfelelő az orvosokkal és egészségügyi szakdolgozókkal való ellátottság (követi az EU országok szintjét). A fenti eredmények alapján látható, hogy nem csak a munkaerővel való megfelelő ellátottság, illetve a fekvőbeteg ellátásra vonatkozó mutatók befolyásolják az egészségügyi dolgozók munkájukkal való elégedettségüket, illetve a szakmai tevékenységük folytatását. Szerbiában 2014-2019 közötti időszakban emelkedett az orvosok és egészségügyi szakdolgozók munkájukkal való elégedettsége (az elmúlt 15-20 év egészségügyi reformok következménye). Hasonló eredményekre jutott a szerb Közegészségügyi Intézet Dr. Milan Jovanovic Batut” a 2019-es évi elégedettség felmérés során. A primer egészségügyi ellátásban a munkájukkal nagyon elégedettek száma 2%-kal és az elégedettek száma 1,6%-kal emelkedett az előző évi adatokhoz képest, míg az elégedetlenek és nagyon elégedetlenek száma egyértelműen csökkent. Ugyanebben az évben a kórházakban dolgozóknál is megfigyelhető volt az elégedettség növekedése (Batut, 2020). Magyarországot illetően, azt állapíthatjuk meg, hogy 2014-2018 közötti időszakban enyhén emelkedett azok egészségügyi dolgozók száma, melyek nem kérték a működési engedélyük megújítását, de e jelenség okainak részletesebb megismerése további kutatást igényel. Kiemelendő, hogy az összes munkavállalói kategóriában (orvosok, fogorvosok, gyógyszerészek, egészségügyi szakdolgozók) csökkent azoknak a száma, akik a

2014-2018 közötti időszakban külföldön kezdeményezték szakképesítésük elismerését. Sajnos, Magyarországon hivatalosan még nem érhetők el a teljes egészségügyi dolgozói populációra vonatkozó elégedettségi adatok, valószínűleg ilyen jellegű felmérés hiányában. Így nehezen hasonlítható össze a kutatásom eredménye a korábbi, ehhez a témához kapcsolódó irodalmi adatokkal. Ami mindenképp kiemelendő, hogy jelenleg olyan adatokkal rendelkezünk a magyar egészségügyi dolgozói populációt illetően, melyek alapján közvetett következtetések vonhatók le az elégedettségüket illetően és segítséget nyújthatnak a helyzet további megismerésében. Az biztos, hogy ez a téma mélyebb és komplexebb kutatást igényel, főleg ok-okozati vonalon, illetve további, részletesebb adatok elemzése is szükséges. Itt főleg olyan információra kell gondolni, mely a teljes magyar egészségügyi dolgozói populáció munkával való elégedettségére nézve sokkal konkrétabb értéket nyújthat (pl. az említett országos és éves szintű, állami egészségügyi intézeti dolgozói elégedettség felmérés).

7. Absztrakt

Az egészségügyi rendszer centrális és legfontosabb elemét az egészségügyi humán erőforrás jelenti. Az egészségügyi dolgozók tevékenységükkel biztosítják a zökkenőmentesen működő egészségügyi szolgáltatást, egyes létesítmények, illetve rendszer szintjén is egyaránt. A globális politikai és gazdasági folyamatok, a társadalomszerkezet átalakulása és ezzel párhuzamosan az egészségügyi rendszerek átforgalmazása egyre nagyobb változásokat és feszültségeket kelt az egészségügyi humán erőforrás tevékenységében, valamint annak jövőjét illetően. Szerbia esetében, a még folyamatban lévő egészségügyi reformok szempontjából fontos szerepet tölthet be az egészségügyi rendszer és ezen belül az egészségügyi dolgozók helyzetének összehasonlítása más, gazdaságilag fejlettebb országokkal. Magyarország, mint fejlettebb ország példaként szolgálhat, hogy valójában milyen hatással voltak a végrehajtott egészségügyi reformok és mennyire fejlődött az egészségügyi rendszer a korábbi állapothoz képest, mindent az egészségügyi dolgozói populáció szemszögéből tekintve. Az egészségügyi dolgozói elégedettségre vonatkozó felmérések adatai, a működési engedélyek megújítására vonatkozó kérelmek hivatalos sta-

tisztikai adatai, illetve egyéb egészségügyi humánerőforrásra vonatkozó indikátorok közötti összefüggések alapján jelentős következtetések vonhatók le Magyarország és Szerbia esetében is.

Irodalomjegyzék

Állami Egészségügyi Ellátó Központ (2019): Beszámoló az egészségügyi ágazati humánerőforrás 2018. évi helyzetéről, HR_beszamoló_2018.pdf (enkk.hu)

Adidze I. (2009): Upravljanje zivotnim ciklusima preduzeca. Novi Sad, Adizes

Bjegović-Mikanović, V., Vasić, M., Vuković, D., Janković, J., Jović-Vraneš, A., SantrićMilicević, M., Terzić-Supić, Z., Hernández-Quevedo, C (2019): Serbia: health system review. Health Systems in Transition, 21(3):1-211.

Bossert, T., Barnighausen, T., Bowser, D., Mitchell, A., Gedik, G. (2007): Assessing Financing, Education, Management and Policy Context for Strategic Planning of Human Resources for Health. World Health Organization, Geneva

Ćulibrk, J., Delić, M., Mitrović, S., Ćulibrk, D. (2018). Job Satisfaction, Organizational Commitment and Job Involvement: The Mediating Role of Job Involvement. Frontiers in psychology, 9:132.

Dixon-Woods, M., Baker, R., Charles, K., Dawson, J., Jerzembek, G., Martin, G., McCarthy, I., McKee, L., Minion, J., Ozieranski, P., Willars, J., Wilkie, P., and West, M. (2014). Culture and behaviour in the English National Health Service: overview of lessons from a large multi-method study. BMJ Quality and Safety, 23 (2): 106-115.

Fields, D. (2002): Taking the Measures of Work: A Guide to Validated Scales for Organizational Research and Diagnosis. CA, Sage Publication, Thousand Oaks.

Franco, L. M, Bennett, S., Kanfer, R. (2002): Health sector reform and public sector health worker motivation: a conceptual framework, *Social science & medicine* 54 (8), 1255-1266.

Freedman, L. P. (2005): *Achieving the MDGs: health systems as core social institutions*. Palgrave Development, freedman_achieving_mdgs.pdf (columbia.edu)

Freeman R. (1977.): *Job satisfaction as an economic variable*. National Bureau of economic research, Cambridge, Massachusetts.

Institut za javno zdravlje Srbije „Dr Milan Jovanovic Batut” (2020): *Zdravstveno-Statisticki godisnjak republike Srbije*. Beograd

Institut za javno zdravlje Srbije „Dr Milan Jovanovic Batut” (2020): *Analiza ispitivanja zadovoljstva zaposlenih u drzavnim zdravstvenim ustanovama Republike Srbije 2019. godine*

Jakovljevic, M., Jovanovic, M., Lazic, Z., Jakovljevic, V., Djukic, A., Velickovic, R., Antunovic, M. (2011): Current efforts and proposals to reduce healthcare costs in Serbia. *Ser. J. Exp. Clin. Res.* 12(4):161–163.

Koys D.J. (2001): The effects of employee satisfaction, organizational citizenship behavior, and turnover on organizational effectiveness: A unit-level, longitudinal study. *Personnel Psychology*. 54(1): 101-114.

Központi Statistikai Hivatal (KSH), Központi Statisztikai Hivatal (ksh.hu)

Lipták, K., Musinszki, Z. (2021): Local employment development and sustainable labour market in Northern Hungary since the regime change. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 10(2), 56–61.

Locke E. A. (1976): The nature and causes of job satisfaction, in *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, ed Dunnette M. D. (Chicago, IL: Rand McNally), 1297–1349

Schneider B., Snyder R. A. (1975): Some relationships between job satisfaction and organization climate. *J. Appl. Psychol.* 60:318.

Spector P.E. (1997): Job satisfaction: Application, assessment, causes and consequences. London: Sage

Turban E. (2004): Information Technology for Management. New York, John Wiley & Sons

Van Bogaert, P., Clarke, S., Roelant, E., Meulemans, H., Van de Heyning, P. (2010): Impacts of unit-level nurse practice environment and burnout on nurse-reported outcomes: a multilevel modelling approach. *Journal of Clinical Nursing*, 19, (11-12): 1664–74.

Van Bogaert, P., Timmermans, O., Weeks, S. M., van Heusden, D., Wouters, K., Franck, E. (2014): Nursing unit teams matter: Impact of unit-level nurse practice environment, nurse work characteristics, and burnout on nurse reported job outcomes, and quality of care, and patient adverse events-A cross-sectional survey. *International Journal of Nursing Studies*, 51 (8):1123-34

Vízvári, L., Gyetvai, Gy. (2010.): Az egészségügyi humán erőforrás stratégiája. Budapest, Egészségügyi Szakképző és Továbbképző Központ

Weber, D. (2010): Transformational leadership and staff retention: an evidence review with implications for healthcare systems. *Nursing Administration Quarterly*, 34 (3): 246-258.

Welch, J., Welch, S. (2005). *Winning*. New York, HarperBusiness Publishers

Wong, C. A., Cummings, G. G., Ducharme, L. (2013): The relationship between nursing leadership and patient outcomes: a systematic review update. *Journal of Nursing Management*, 21 (5): 709–24.

World Health Organization (1998.): *Health 21 -The health for all policy for the WHO european region -21 target for the 21st century*. Copenhagen, W.R.O.f. Europe, Editor

World Health Organization, Európai Miniszteri Konferencia (2008): Tallinni Karta: Egészségügyi Rendszerek az Egészségért és Jólétért, Tallin, <http://www.eum.hu/nemzetkozi-kapcsolatok/who/tallinni-karta-pdf>

World Bank (2009.): Serbia: Doing more with a less. Addressing the fiscal crisis by increasing public sector productivity. Report No. 48620-YF. Washington: World Bank Group.

THE UNDERSTANDING OF DECISION-MAKING STYLE IN ORGANIZATIONS BY CULTURAL DIMENSIONS IN IRAN AND HUNGARY

Rosa Alamian
PhD Candidate
University of Miskolc

1. Introduction

This study aims to analyze and compare the cultural dimensions in Iran and Hungary in order to understand the decision-making style in organizations in Iran and Hungary. Although some differences or similarities can be because of other factors, in this research the aim is to compare it only in the cultural aspect. To study the national culture dimensions, you can be able to understand or even design the right choice of decision-making style in the organization. However, it is not only about culture but also the political, economic, market conditions, regulations, and some written or unwritten restrictions that are specific for the country. So to say that the experiences in some countries were successful you cannot generalize for others as well. That can be a reason why sometimes very successful and worldwide famous brands cannot be successful in some other countries. "The decision-making process depends on cultural background and choice of "the right way" – decision-making styles are dependent on the values and beliefs of the people involved in the decision-making process" (Podrug, 2011, p37). The decision-making style can be varying from highly autocratic style to highly delegated decision-making style.

The most famous studies for cultural dimensions among countries are Hofstede's study and GLOBE project. The six dimension (6-D) model of Hofstede shows six cultural drivers of countries' culture relatives to other world cultures. The cultural drivers are Power distance, Individualism/collectivism, Masculinity/femininity, Uncertainty Avoidance, Long-term orientation, and Indulgence. The first 4 dimensions are formulated by Hofstede and later the fifth one introduced by Hofstede

which is the result of his collaboration with Michael Bond and the sixth dimension is introduced by Michael Minkov and approved by Hofstede. (Minkov and Hofstede, 2011)

The other study is Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness (GLOBE) program studied by House et al. (2002). It is a cross-cultural research focusing on the culture and leadership of organizations in 61 countries. The 9 dimensions of national culture are studied which the origin of the first six dimensions comes from Hofstede's study. Here, these dimensions with their meaning in the context of an organization are mentioned:

1. *Uncertainty Avoidance*: It shows to what extent people are risk-averse and try to be and feel secure about future events.
2. *Power Distance*: It shows the level of people's acceptance regarding power inequality.
3. *Social/Institutional Collectivism*: It shows to what extent the organizations encourage people to be unified as groups.
4. *In-Group Collectivism*: It refers to the concept that to which degree individuals "express pride, loyalty, and cohesiveness in their organizations or families" (House et al., 2002, p. 5).
5. *Gender Egalitarianism*: to what extent there is equality regarding gender and their roles in the organizations.
6. *Assertiveness*: It refers to what extent individuals are "assertive, confrontational, and aggressive" in their relationships with people in society or the organizations.
7. *Future Orientation*: It shows the tendency of people to be future-oriented, be a planner, or have a vision for the future.
8. *Performance Orientation*: It shows the degree that excellent and improving performance is valued in the organizations or society.
9. *Human Orientation*: It is the degree to how much the generosity; faithfulness, fairness, and humanism of individuals are valued in the organization or a society.

The results of cultural dimensions for these studies in some countries are different from each other. So it is challenging that which data is better to use for this study. It should be mentioned that both of these studies are so famous and reliable in this field. However, it should be indicated what is your purpose to study cultural dimensions you can decide which study is more proper for the study. Hadwick (2011, p.11)

mentioned six advantages of the GLOBE study over the Hofstede study. He mentioned that "GLOBE study is truly theory-driven", "instead of one company, GLOBE investigated three industries, adding additional generalizability to the results", "the researchers represent dozens of nationalities", "the process of designing the survey items, pilot testing them, and checking their validity allowed many more culture – focused items to remain in the GLOBE survey", "the GLOBE study split Hofstede's Masculinity dimension into two, Gender Egalitarianism and Assertiveness. In addition to adding a category for analysis, it also eliminated a politically charged, but fiercely defended dimension label", and "Finally, and especially conspicuous for business studies, is the primary focus on leadership practices". However, he also mentioned that the advantage of Hofstede's study is that it is more simplified, intuitive and it is more familiar. In the case of Hungary, people's way of thinking and culture may change between the age groups since 1989 because of the political and economic changes in Central and Eastern Europe (Falk-Bánó, 2014). In addition, Falk-Bánó (2014) mentioned that other reasons can be first, that different researcher asks different questions, so the data and findings can be different. The second is that databases and methodologies are different. The third is that respondents in Hungary for some dimensions like 'power distance' in Hofstede study may respond based on not how it is but based on how they think it should be. However, in the GLOBE project, they distinguished between these two categories and made different results in the names 'as is' and 'should be'. Accordingly, all together, as this study has the purpose to investigate the decision-making style in the organization and looking to culture in business areas, the GLOBE project's results may sound more reliable.

2. Material and Methods

I used secondary data for comparing the countries. The data are from the findings of the GLOBE (Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness) cross-cultural research project base on the reasons I mentioned in the last section. By interpreting the cultural dimensions scores given by this study, general decision-making making style of the countries can be analyzed.

3. Results and Discussion

The cultural dimensions of the GLOBE project for Iran and Hungary are given in Figures 1 and 2. In the GLOBE project, there are two kinds of dimensions are provided: 'as is' and 'should be'. You can see these two kinds' scores, respectively, in Figures 1 and 2. According to House et al. (2002, p. 6), "institutional practices reported "As Is" and values reported in terms of what "Should Be". In this chapter, the scores of Iran and Hungary in cultural dimensions for both studies are discussed and the expected decision-making styles in organizations based on cultural aspects are concluded.

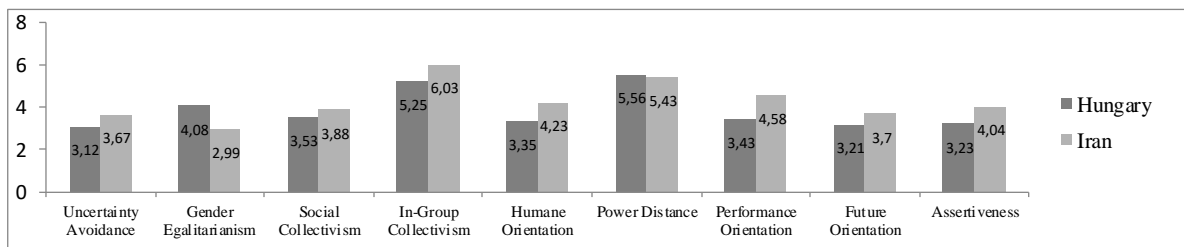


Figure 1.: Iran and Hungary's scores in cultural dimensions (GLOBE Project, as is)

Source: Bakacsi et al. (2002) & Dastmalchian et al. (2001)

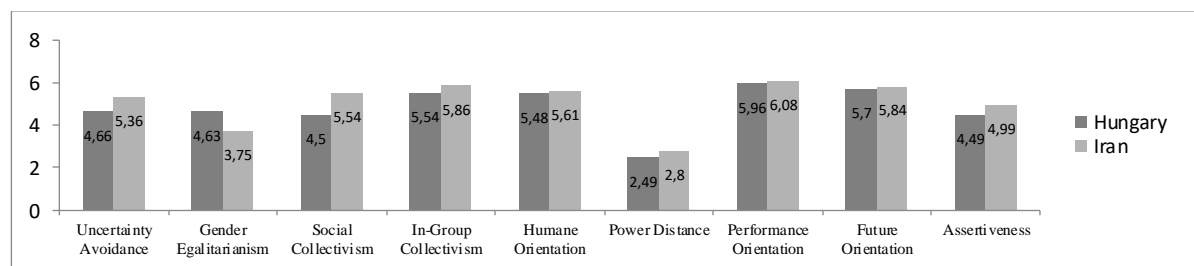


Figure 2.: Iran and Hungary's scores in cultural dimensions (GLOBE Project, should be)

Source: Bakacsi et al. (2002) & Dastmalchian et al. (2001)

According to Bakacsi et al. (2002) that as shown in Figures 1 and 2, Hungary's score is high in power distance and the managerial systems are mostly hierarchical. Based on Globe study, the middle managers think the power distance is better to be lower in organizations. Gender Egalitarianism is considered well in this country. Although their score in avoiding uncertainty is low, they think it should be higher. They are

low in institutional collectivism but moderately high in in-group collectivism. Humane orientation, performance orientation, and also future orientation in this country are low which the managers think should be higher. They are not so much assertive that middle managers think it is better to a bit become higher.

By the study of Dastmalchian et al. (2001) and looking at the figures that show the societal culture in Iran is characterized by “a strong cultural value on in-group collectivism, low uncertainty avoidance, high-performance orientation, high power distance, and low societal collectivism. A moderate emphasis on humane orientation and moderately low assertiveness and future orientation are also among the cultural attributes of Iranian society”. However, According to these results based on respondents’ opinions that are shown in figure 2, the level of uncertainty avoidance, gender egalitarianism, social collectivism, humane orientation, performance orientation, future orientation, and assertiveness should be higher. However, in their opinion, the level of power distance, and in-group collectivism should be lower.

In addition, they also asked middle managers that what kind of leaders they prefer in the organizations. Based on their answers, “Iranian managers value leaders who are charismatic, team-oriented, and humane in their relationships with others; they do not put much value on participative leadership” (Javidan and Dastmalchian, 2003, p.138). Hungarian middle managers don’t prefer so autonomous and self-productive leaders (Bakacsi et al., 2002). However, they put a value on Charismatic, Team-oriented, and also on participative leaders but less than the other two.

For Iran, organizations seem to have a hierarchal system and people accept that power is distributed unequally. Accordingly, it is expected that decision-making style is more in an autocratic way and middle managers do not expected to be involved in the decision-making authority but as they put value in the team-oriented leader it means they would like to be involved in the process and value team-working. Although respondents thought it should be less hierarchal, at the same time they did not put too much value on participative. According to the result of uncertainty avoidance, they prefer the uncertainty avoidance increase which means they want to avoid more uncertainty and feel more secure in their workplace. And as it is seen by institutional collectivism is not

so much high it can also be seen that they may not want to sacrifice so much for their organizations and prefer to have a safe job to be able of taking care of their family and smaller groups in their organizations. Maybe these are the reasons behind their tendency to hierarchal organizations and they may not like to have the responsibility to make decisions. Although the moderately high-performance orientation and moderate humane orientation show that they value doing their best in their job and putting their true efforts into it, however in both cases they believe it should be higher and may sacrifice more for their job and focus more on the future.

For Hungary, same like Iran, the organizations seem to be hierarchal but on the other hand, middle managers put a value on participative leadership and team-oriented leaders. Accordingly, in comparison to Iran maybe it is less hierarchical and their leadership style, way of decision-making and authority is expected to be somehow between autocratic and participative. In the aspect of Uncertainty avoidance also the result can be the same that in the context of the business environment, Hungarians prefer to have a secure job and work life. Like the explanation for Iran, Hungarians are tending to have more loyalty and care about family and their small group rather than in big society. In addition, Hungary's score in all the three dimensions of performance orientation, future orientation, and humane orientation is low and they prefer that all of these dimensions be higher. According they think that the workplace quality in these aspects should increase.

3. Conclusions

In this study, the aim is to investigate the cultural dimensions in Iran and Hungary for finding out the decision-making style in organizations. The result from the GLOBE study for Iran and Hungary's 9 cultural dimensions is used. It is concluded that in Iran and Hungary, the organizations seem to be managed in a hierarchal way. However, in Hungary, the middle managers put values on participative leadership but in Iran, they did not put too much value on this style. Accordingly, it is concluded that in Iran the decision-making styles tend to be more in an autocratic way but in Hungary, it seems to be between an autocratic and participative way. Analyzing the national cultural

dimensions can show us why some decision-making style cannot be successful in some countries while it works in some other countries. For applying specific decision-making style in organizations, it is important to consider the cultural aspects and see if the people and organization's characteristics are ready for that. For example, in both countries especially in Iran, if the higher level managers would like to give decision-making authority to middle and lower level managers, they should consider their uncertainty avoidance preference. It can be suggested that to provide an environment that managers and employees feel relatively secure about their job. In this way they may be more eager to take the responsibility of making decisions. Further research is planned to investigate other social and economic aspects of both countries to better interpret the findings of the author's PhD research.

4. Abstract

This paper analyzes the cultural dimensions in Iran and Hungary to understand the probable decision-making style in organizations. For this purpose secondary data from GLOBE project is used. The result suggests that in Iran probably organizations are managed hierarchically and the autocratic style is more dominant in the decision-making style of organizations. In Hungary, the management of organizations also tends to be hierarchal but the decision-making style seems to be between autocratic and participative styles.

Keywords: Culture, Decision-making, Hungary, Iran.

References

Bakacsi, G., Sándor, T., András, K. & Viktor, I., (2002): Eastern European cluster: tradition and transition. *Journal of world Business*, 37(1), pp. 69-80.

Falk-Bánó, K. (2014): Identifying Hungarian cultural characteristics in Europe's cultural diversity in the 21st century: a controversial issue.

Presentation given at Alkalmazott Tudományok I. Fóruma –Nemzetközi tudományos konferencia. Budapest, 13th-14th March 2014, pp. 17-28.

Hadwick, R., (2011): Should I use GLOBE or Hofstede? Some insights that can assist cross-cultural scholars, and others, choose the right study to support their work. *Anzam* 2011, pp.1-16.

House, R., Javidan, M., Hanges, P. & Dorfman, P., (2002): Understanding cultures and implicit leadership theories across the globe: an introduction to project GLOBE. *Journal of world business*, 37(1), pp.3-10.

Javidan, M. and Dastmalchian, A., (2003): Culture and leadership in Iran: The land of individual achievers, strong family ties, and powerful elite. *Academy of Management Perspectives*, 17(4), pp.127-142.

Minkov, M. & Hofstede, G., (2011): The evolution of Hofstede's doctrine. *Cross cultural management: An international journal*, 18(1), pp.10-20.

Podrug, N., (2011): Influence of national culture on decision-making style. *South East European Journal of Economics and Business*, 6(1), p.37.

“A LITERATURE SURVERY ON THE RELATIONSHIP OF TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP WITH CHANGE MANAGEMENT”

Khan Fawad¹, Dr. Kunos István²
PhD student¹, Associate Professor²
Department of Management, University of Miskolc

1. Introduction

The introduction of new technologies and fast pace of globalization, along with demographic fluctuations, have put a great deal of pressure on all type of organizations to adopt change in order to ensure its survival and cope with the prevailing competition. Nowadays, the operations of business entities are not limited to national boundaries and to compete with alien firms in new markets, the prime focus of these firms is to enhance efficiency and bring synergy among processes, systems and structures. The global economic environment is dynamic and uncertain and in such circumstances it is inevitable for the firms to change continually. Only then, it can compete effectively (Doppler et al. 2011). In the matters of engulfing change effectively, change management is an efficient approach that aligns individuals, teams and an organization as a whole, with the desired future state. According to (Vakola and Nikolaou 2005), change management is a systematic and structured methodology that directs individuals and organizations to achieve a desired vision. It provides a smooth organizational process which prepares the employees to accept change, resulting from external and internal environment, through technology and by using corporate structures, strategies and procedures (Hughes 2014). Firms normally initiate change process by acquiring novel strategies, readjusting organizational structures and by introducing hybrid and flexible forms of employments (Doppler et al. 2011, Musinszki et al. 2020). In recent years, many of the organizational changes have failed to achieve specific planned goals, the need for empirical work to highlight the dimensions that can be fruitful for effective change implementation has ultimately

grown (Burnes 2011, Oreg, Vakola et al. 2011). There could be diverse reasons for the failure of organizational change process but according to majority of the researchers, the employees play a pivotal role in making those organizational changes successful. It is obvious that these changes can influence the routine work of employees and if these changes are not implemented properly at individual level, there are minimal chances for these changes to be successful at organizational level (Kim, Hornung et al. 2011, Oreg, Vakola et al. 2011, Bormann and Rowold 2016).

Numerous studies have concluded that various factors, including; communication, organizational support, shared values, transformational leadership and managerial practices, can influence the commitment of employees to change (Ghazali, Ahmad et al. 2008). Organizations are basically composed of human systems and the success or failure of change implementation mostly rely on the individuals who are assigned to implement these changes. Practically, managing change can be arduous as the members of an organization can have doubts about the future, might feel lost or may be reluctant to undertake novel tasks in the course of change implementation (Coch and French Jr 1948). It is essential for contemporary leaders to extend individual support and prepare the individuals to accept change. These qualities are limited to leaders following transformational leadership style as they not only increase efficiency and job satisfaction of employees but are also crucial during the times of organizational change (Pillai and Williams 2004, Adebayo 2005).

Among The available leadership styles, ranging from autocratic leadership to laissez-faire style, transformational leadership style provides a perfect balance in terms of openness to change, flexibility and achieving organizational goals by addressing individual needs and capabilities (Kirkbride 2006, Yeo 2006). Transformational leadership and each of its dimension namely; idealized influence, inspirational motivation, intellectual stimulation and individualized consideration are effective to manage political, economic, technological and organizational changes, by providing courage and the required skills to individuals that are required for effectively embrace the change (Warrick 2011). Transforma-

tional leaders have the potential to mobilize, motivate and bring noteworthy positive changes at individual and organizational level to achieve overall organizational goals (Al-Qura'an 2015).

Change is unchangeable law of nature. Change is going to take place anyway. If the organizations resist change, it can be forced out of competition race. But if the organizations are open to embrace the change, availability of resources is not the ultimate solution. The presence of flexible leadership is essential that can ensure the right utility of resources to implement the change by using systematic procedures and techniques. The current study will investigate existing body of literature to know how transformational leadership is an appropriate leadership style to manage organizational change effectively. The study will be a conclusive approach- as it will highlight not only the direct influence of transformational leadership on organizational change but will also focus on the mechanism, also known as black-box, of how this effect takes place. Furthermore, the study can be used to justify that transformational leadership is more desirable in a situation like organizational change.

2. Methodology

The current investigation is a critical review of existing body of literature, focusing on the impact and relationship of transformational leadership with change management. The data for the study is secondary and is based on the conclusions of previous researches which are carried out in different times and in different geographical and organizational contexts. The data to draw conclusion is skimmed from different sources like; journal articles, books, public and private databases, institutional websites and newspapers.

3. Objectives of the Study

- Critical review of existing literature to know the role of transformational leadership in change management.
- Understanding the mechanisms through which transformational leadership can assist in managing change.
- Identifying the gaps in existing body of literature to provide recommendations and directions for future researches.

4. Literature Review

The success of organizational change is mainly dependent on the important elements which are responsible to accurately manage the change. Handling the change in a fair manner and managing the reactions and behaviors of employees towards the change, can provide a favorable environment for change implementation. All these elements can be realized by leaders who, by adopting appropriate procedures and strategies, can make the change implementation successful. The leaders focus on: providing accurate information, involve employees in the change process, enhance the commitment of employees to embrace change and also provide the necessary resources which are crucial to make the change process successful (Caldwell, Herold et al. 2004). Transformational leadership is one of the effective approach to influence the behaviors and attitudes of employees in the process of organizational change (Oreg, Vakola et al. 2011). The leadership style polishes attitude of employees, reduces their cynicism about the change and enhance readiness of employees to embrace change in a positive manner (Herrmann, Felfe et al. 2012, DeCelles, Tesluk et al. 2013). Transformational leaders promote optimism by delivering positive vision of change and encourage employees to solve problems in innovative manners which can lead to motivation of the employees and openness to accept the change (Hughes 2014).

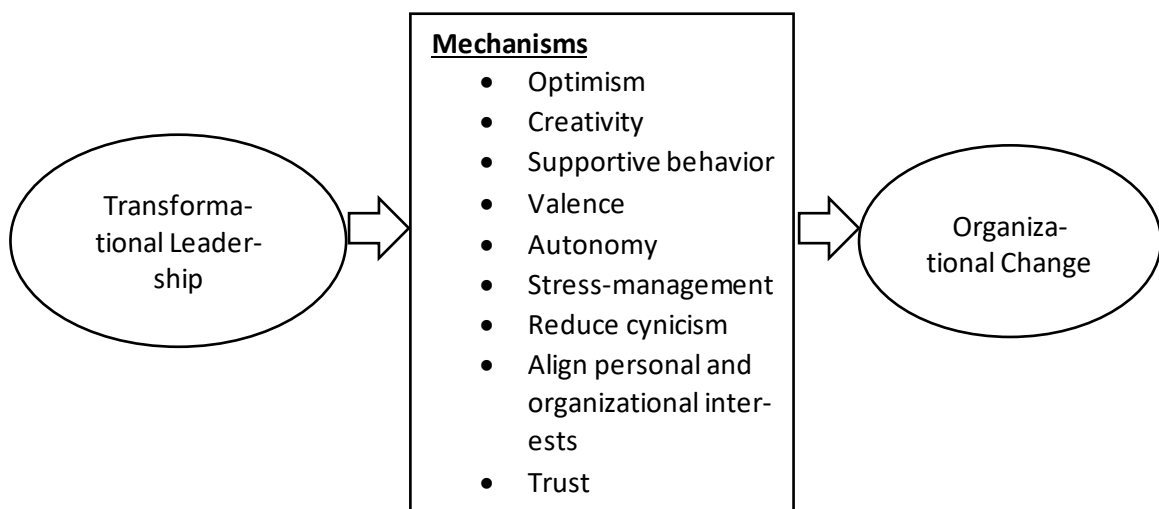
Literature provides sufficient evidences about the influence of transformational leadership on organizational change. These relationship can be direct or indirect. For instance, (Bommer, Rich et al. 2005) suggested that transformational leadership reduces cynicism towards change, (Herold, Fedor et al. 2008) elaborated that the leadership style in coordination with good management practices can enhance the commitment level of employees to accept change. Transformational leadership is effective in integrating information technology that can ensure smooth change management process (Ng 2008) while organizational culture, structure and strategies for change can also play a pivotal role in successful implementation of change (Yu, Leithwood et al. 2002). Change process is planned to bring positive deliverables but initially it can have negative consequences on employees such as;

lower workplace morale, decreased job satisfaction and producing distress among employees. To avoid these adverse impacts during change, transformational leadership enhances the motivation, openness and collaboration of employees to be more flexible to change (Griffin, Hart et al. 1996).

Valence which refers to the perception of attractive consequences (Armenakis, Bernerth et al. 2007), is an important deliverable of transformational leadership. This positive perception acts as a catalyst to motivate employees and encourage them to support the ongoing organizational change. The optimistic perception leads to higher level of enthusiasm among the organizational members and they gain a sense that their contribution to ensure smooth change is significant and meaningful (Christian, Garza et al. 2011, Salanova, Lorente et al. 2011, Ghadi, Fernando et al. 2013). Similarly, a study in the banking sector of Pakistan showed that transformation leadership is essential to gain employees' trust which is inevitable for change implementation at organizational level (Uddin 2013). According to (Gorgani, Nasiri et al. 2014), transformational leaders have social, practical and cognitive skills which provide grounds for smooth organizational transformation. In the same manner, another study in Jordanian banking sector also illustrated that the leadership style can be effective to bring change at individual, technological and structural level (Al-Qura'an 2015).

Various studies have concluded that transformational leadership not only improves individual and organizational output (Kark and Van Dijk 2007) but also shapes attitude of individuals which is crucial to make the change program successful (Eby, Adams et al. 2000). Evidences show proper mechanisms through which different types of motivation are provoked that align the change with organizational mission, vision and goals (Bono and Judge 2003, Avolio, Zhu et al. 2004, Kark and Van Dijk 2007). The leadership is promoting behavioral support among the individuals to be more susceptible and open to accept change by eliminating change-related stress (Avolio, Zhu et al. 2004, Chou 2015). The various dimensions of transformational leadership have unique effects when it comes to change management (Bass 1985, Warrick 2011). Inspirational motivation dimension of transformational leadership challenges status quo, promote optimism about future among the employees and enhance readiness of individuals to undertake change

process and achieve the desired organizational goals and vision via autonomy and creativity (Daft 2007, Mutahar, Rasli et al. 2015). Idealized influence encourages the employees to align personal interests with organizational interests in the course of organizational change (Al-Qura'an 2015, Kiplagat 2020). Individualized consideration enhances supportive behavior and motivation of employees to strive for the organizational vision in the times of change (Farahnak, Ehrhart et al. 2020). Last but not the least, intellectual stimulation dimension of transformational leadership pave paths for the individuals to draw logical reasons, claims, inferences and take logical actions that can go in favor of making the change process successful (Facione 2015). (Deschamps, Rinfret et al. 2016) stressed on the fact that transformational leadership is one of the best leadership approaches that can make the change management process successful. The leadership style not only focus on firm's vision during change but also provide a favorable environment to employees which can motivate them to embrace change while being aligned with organizational vision. The favorable environment is ensured when the targets are clearly defined and innovative policies are practiced. Transformational leaders can manage change in dynamic contexts and can accurately handle uncertainties and resistance that employees might have during the course of transformation. Furthermore, issues related to job security, employees' retention, trust and respect are easily handled when organizations have transformational leadership. (Iqbal, Anwar et al. 2015)



Source: Designed by authors on the basis of available literature

5. Significance of the Study

The investigation is a unique comprehensive approach that depicts the role of transformational leadership during the times of organizational change. The investigation has tried to resolve the black-box phenomenon, by showing the clear mechanisms through which transformational leadership is useful to manage change effectively. Unlike previous studies, which focused on direct relationship or one mechanism via which the leadership style can be used to implement organizational change effectively, the current study has shown a summarized conclusion focusing on all dimensions and mechanisms that can be practiced by organizations during change process. Findings of the study provide organizations a conclusive insight about the efficacy and multifaceted benefits of transformational leadership when used to manage change.

6. Conclusion and Implications of the Study

Today, the corporate world has become uncertain due to the prevalence of rapid globalization, digitalization and competition across national boundaries. In such scenario, the organizations are left with no other option but to change continually. Only then, the organization can survive and compete (Doppler, Fuhrmann et al. 2011). Change is going to take place anyway. Resistance to change can be lethal and can force organizations out of the industry. Nowadays, firms have learnt to acquire the required resources but these can be of no use due to the absence of a proper leadership that can put the organization on the track of prosperity and to tackle competition and change effectively. To manage uncertainties and surpass the soaring competition, right leadership style is inevitable for any firm (Gorgani, Nasiri et al. 2014). Among the available leadership styles (Kirkbride 2006, Yeo 2006), transformational leadership style is found to be an effective leadership style, to bring change at individual and organizational level, by focusing on social, political, economic and technological factors (Warrick 2011, Al-Qura'an 2015). The leadership style can have direct or indirect influence on the change process. Promoting innovation and creativity (Le and LEI 2019), enhancing optimism and allowing the employees to

solve problems in innovative manners during the course of change process are ensured by transformational leadership. (Bass 1985, Hughes 2014)

Transformational leadership can have direct or indirect impacts during the change process but mostly it follows a proper mechanism to have a yielding effect in the matters of change management. The leadership is dedicated; to reduce cynicism about change and promote readiness of employees to accept change (DeCelles, Tesluk et al. 2013), ensure integration of information technology and upgrade valence which is a positive perception about consequences of change and increases employees optimism (Armenakis, Bernerth et al. 2007, Ghadi, Fernando et al. 2013). The leadership approach brings improvements in social, practical and cognitive skills of personnel (Gorgani, Nasiri et al. 2014) and extends behavioral support that is fruitful in eliminating change-related stress (Avolio, Zhu et al. 2004, Chou 2015). Furthermore, the individual dimensions of transformational leadership, namely; inspirational motivation, idealized influence, individualized consideration and intellectual stimulation, are also very productive in bringing the desired organizational change. These dimensions play a pivotal role in; challenging status quo and promoting optimism (Daft 2007, Mutahar, Rasli et al. 2015), enhancing supportive behavior of employees (Farahnak, Ehrhart et al. 2020), polishing autonomy and creativity of employees (Mutahar, Rasli et al. 2015). Personal interests are aligned with organizational interests which makes transformational leadership a best approach to smoothly implement change (Al-Qura'an 2015, Deschamps, Rinfret et al. 2016). Considering the intensity of dynamics and uncertainties in current era, transformational leadership is a favorable option to handle change effectively as it provides the required environment to implement change (Deschamps, Rinfret et al. 2016) and can perform well in dynamic contexts (Iqbal, Anwar et al. 2015).

7. Limitations and Future Recommendations

As the current study is mere a critical literature survey, there is a dire need to carry out an empirical investigation while focusing on the main variables. Transformational leadership can have different effects on change management in varied contexts. To know an exact relationship

between the leadership approach and change management in a particular context, there is an intense need to carry out an empirical investigation in that context. Studies related to the mechanism through which transformational leadership influences change management are scarce, especially in developing economies, it can be a loophole in the existing body of knowledge to be explored. Furthermore, majority of the relevant studies are carried out in western setting, undertaking an investigation of the same nature in developing economies can be considered for future researches.

8. Abstract:

The current study is conducted with a purpose to highlight the role of transformational leadership in change management. Nowadays organizations have to embrace change in order to survive and perform well in competition. To implement change effectively, the management of all type resources requires a right leadership style. The study has used a critical literature survey, focusing on previous studies, to know the effects of transformational leadership during the times of change process. It was concluded that the leadership approach can effectively manage change by following a series of diverse mechanisms, thus solving the dilemma of black-box phenomenon. Furthermore, recommendations for future researches are also included.

Key words: Change management, Change Process, Leadership, Transformational leadership

References

Adebayo, D. O. (2005). "Perceived workplace fairness, transformational leadership and motivation in the Nigeria police: Implications for change." *International Journal of Police Science & Management* 7(2): 110-122.

Al-Qura'an, A. (2015). "The impact of transformational leadership on organizational change management: Case study at Jordan Ahli Bank." *IOSR Journal of Business and Management* 17(12): 1-7.

Armenakis, A. A., et al. (2007). "Organizational change recipients' beliefs scale: Development of an assessment instrument." *The Journal of applied behavioral science* 43(4): 481-505.

Avolio, B. J., et al. (2004). "Transformational leadership and organizational commitment: Mediating role of psychological empowerment and moderating role of structural distance." *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior* 25(8): 951-968.

Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*, Collier Macmillan.

Bommer, W. H., et al. (2005). "Changing attitudes about change: Longitudinal effects of transformational leader behavior on employee cynicism about organizational change." *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior* 26(7): 733-753.

Bono, J. E. and T. A. Judge (2003). "Self-concordance at work: Toward understanding the motivational effects of transformational leaders." *Academy of management journal* 46(5): 554-571.

Bormann, K. C. and J. Rowold (2016). "Ethical leadership's potential and boundaries in organizational change: A moderated mediation model of employee silence." *German Journal of Human Resource Management* 30(3-4): 225-245.

Burnes, B. (2011). "Introduction: Why does change fail, and what can we do about it?" *Journal of change management* 11(4): 445-450.

Caldwell, S. D., et al. (2004). "Toward an understanding of the relationships among organizational change, individual differences, and changes in person-environment fit: a cross-level study." *Journal of Applied Psychology* 89(5): 868.

Chou, P. (2015). "Transformational leadership and employee's behavioral support for organizational change." *European Journal of Business and Management* 7(3): 110-122.

Christian, M. S., et al. (2011). "Work engagement: A quantitative review and test of its relations with task and contextual performance." *Personnel psychology* 64(1): 89-136.

Coch, L. and J. R. French Jr (1948). "Overcoming resistance to change." *Human relations* 1(4): 512-532.

Daft, R. L. (2007). "Organization theory and design."

DeCelles, K. A., et al. (2013). "A field investigation of multilevel cynicism toward change." *Organization Science* 24(1): 154-171.

Deschamps, C., et al. (2016). "Transformational leadership and change: How leaders influence their followers' motivation through organizational justice." *Journal of Healthcare Management* 61(3): 194-213.

Doppler, K., et al. (2011). *Unternehmenswandel gegen Widerstände: Change Management mit den Menschen*, Campus Verlag.

Eby, L. T., et al. (2000). "Perceptions of organizational readiness for change: Factors related to employees' reactions to the implementation of team-based selling." *Human relations* 53(3): 419-442.

Facione, P. (2015). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts/Resources/Home-Insight Assessment*. Retrieved October 9, 2016.

Farahnak, L. R., et al. (2020). "The influence of transformational leadership and leader attitudes on subordinate attitudes and implementation success." *Journal of Leadership & Organizational Studies* 27(1): 98-111.

Ghadi, M. Y., et al. (2013). "Transformational leadership and work engagement: The mediating effect of meaning in work." *Leadership & Organization Development Journal*.

Ghazali, R., et al. (2008). "Commitment To Change Among Managers In A Selected Service Organization In Malaysia." *International Journal of the Humanities* 6(8).

Gorgani, E., et al. (2014). "investigate the Role of Transformational Leadership in Organizational Change: Case Study of an Industrial Company in Iran." *Applied Mathematics in Engineering, Management and Technology* 2(4): 416-420.

Griffin, M., et al. (1996). *QPASS: Manual for the Queensland Public Agency Staff Survey*, Brisbane: Public Sector Management Commission.

Herold, D. M., et al. (2008). "The effects of transformational and change leadership on employees' commitment to a change: A multilevel study." *Journal of Applied Psychology* 93(2): 346.

Herrmann, D., et al. (2012). "Transformationale führung und veränderungsbereitschaft." *Zeitschrift für Arbeits-und Organisationspsychologie A&O*.

Hughes, T. A. (2014). "Idealized, inspirational, and intellectual leaders in the social sector: Transformational leadership and the Kravis Prize."

Iqbal, N., et al. (2015). "Effect of leadership style on employee performance." *Arabian Journal of Business and Management Review* 5(5): 1-6.

Kark, R. and D. Van Dijk (2007). "Motivation to lead, motivation to follow: The role of the self-regulatory focus in leadership processes." *Academy of management review* 32(2): 500-528.

Kim, T. G., et al. (2011). "Change-supportive employee behavior: Antecedents and the moderating role of time." *Journal of Management* 37(6): 1664-1693.

Kiplagat, C. J. (2020). *The Role of Transformational Leadership on Change Management in Organizations in Kenya: A Case of Kenya National Highways Authority-Nairobi*, United States International University-Africa.

Kirkbride, P. (2006). "Developing transformational leaders: the full range leadership model in action." *Industrial and commercial training*.
Musinszki, Z. et al., 2020. Workaholism and a New Generation – Labour Market Survey among Hungarian and Romanian Youth. *Amfiteatru Economic*, 22(14), pp.1227–1242.

Mutahar, A. Y., et al. (2015). "Relationship of transformational leadership, organizational learning and organizational performance." *International Journal of Economics and Financial Issues* 5(1S).

Ng, W. L. (2008). "Transformational leadership and the integration of information and communications technology into teaching."

Oreg, S., et al. (2011). "Change recipients' reactions to organizational change: A 60-year review of quantitative studies." *The Journal of applied behavioral science* 47(4): 461-524.

Pillai, R. and E. A. Williams (2004). "Transformational leadership, self-efficacy, group cohesiveness, commitment, and performance." *Journal of organizational change management*.

Salanova, M., et al. (2011). "Linking transformational leadership to nurses' extra-role performance: the mediating role of self-efficacy and work engagement." *Journal of advanced nursing* 67(10): 2256-2266.

Uddin, M. H. (2013). "Role of transformational leadership in organizational change: mediating role of trust." *Journal of Business and Management* 7(2): 72-76.

Vakola, M. and I. Nikolaou (2005). "Attitudes towards organizational change: what is the role of employees' stress and commitment?" Employee relations.

Warrick, D. (2011). "The urgent need for skilled transformational leaders: Integrating transformational leadership and organization development." Journal of leadership, Accountability, and Ethics 8(5): 11-26.

Yeo, R. K. (2006). "Developing tomorrow's leaders: why their worldviews of today matter?" Industrial and commercial training.

Yu, H., et al. (2002). "The effects of transformational leadership on teachers' commitment to change in Hong Kong." Journal of educational administration.

THE IMPACT OF STRATEGIC LEADERSHIP ON THE ADMINISTRATIVE EMPLOYEES PERFORMANCE IN THE MINISTRY OF EDUCATIONS IN JORDAN

Senan Amer

Phd Candidate

University of Miskolc, Faculty of Economic in Miskolc, Hungary

sinanboss10@gmail.com

1. Introduction

The continuous development of leadership is due to the organizations' relentless pursuit of facing unexpected and unknown events which requires the presence of strategic leaders who possess high skills of creative thinking to envision the reality of their organizations and its future goals. The success of organizations is closely linked to the availability of strategic leaders who can influence workers, deal with the environmental conditions surrounding their organizations, and establish a culture of change. The latter is done through changes in the organizational structures, introduction of updated working methodology and the use of modern technology. Furthermore, a strategic leader should be able to keep pace with environmental changes and to maintain the organization's survival in the face of the challenges posed. Strategic leadership focuses on the most important leadership capabilities of general managers and executives at the upper and middle management levels in profit, non-profit and governmental organizations. In order for the organization to remain successful different way of thinking about the method of mobilizing and providing services is required by the strategic leader. Another important trait required is the investing capabilities achieved by engaging workers in important strategic dialogue that can contribute to mobilizing efforts. This mobilization of efforts and the enhanced thinking abilities of workers results in achieving targets on the right time and at the required speed. Strategic leadership is a set of decisions that changes almost everything according to the future vision of the organization due to the leader's skill of assessing

the variables and achieving qualitative leaps in work and results. It is important to realize that strategic leadership is not the ability to make big speeches or succeed in winning people's admiration by being charismatic. Instead, strategic leadership is about achieving results and not merely acquiring good qualities but also putting those qualities at work. The strategic leader plays a fundamental role in guiding the organization towards achieving its goals hence playing a role in defining the quality of performance. Administrative staff and the formation of an effective work team depends on the extent of the strategic leader's ability to direct, exploit human capabilities, for the better, and impose justice in the work environment. Since Jordan is part of the global environment and hence is affected by it, the country is witnessing various environmental shifts and changes that affect its public and private organizations alike. This study focuses on the impact of strategic leadership on the performance of employees in the Ministry of Education in Jordan.

2. Study problem

Strategic leadership needs the skill to fit in short term and long-term ideas of the firms. (Hitt, Hoskisson and Ireland, 1994, Veresné et al., 2022) Strategic leadership generates an exclusive relation between the inactivity of Weberian-style government and disorder. To gain the ways strategic leadership affects organizations, it is useful to discuss organizations as compound adaptive systems with strategic leadership providing the stability between stability and instability (Boal & Schultz, 2007). The objective of any organization is not only to persist but also to endure its existence by refining performance. In order to meet the needs of the highly inexpensive markets, organizations must repeatedly increase performance. So, there is a need to study more the role of leadership in employee performance. Work engagement is a concept that captures the difference across persons and the amount of energy and devotion they pay to their job. Strategic decision-making in the ministry of education is not up to the spot which is producing low employee performance due to less work engagement between the employees. The leadership style that characterizes the strategic leader is the main factor in guiding the course of the institution, developing its

performance, and achieving its goals, The pattern of effective leadership behavior often shows its effect on the behavior of administrative employees and their effective performance, as it is reflected in their morale, and their satisfaction with work and the problem of this study is an attempt to reveal the extent of the impact of strategic leadership on the performance of employees.

3. Importance of the study

The importance of the study flows from the importance of the topic it deals with, and this is reflected in the following: - Highlighting the impact of strategic leadership on the performance of administrative staff at the Ministry of Educations in Jordan. - Contribute to enhancing the impact of strategic leadership on the performance of administrative employees at Ministry of Educations in Jordan from During the results that are reached. - Submitting a set of suggestions that contribute to strengthening future studies in studying the impact of leadership The strategy on the performance of administrative staff.

4. Significance of the Study

The objective of this study is to establish the influence of strategic leadership on the performance of administrative staff at the Ministry of Educations in Jordan. This study can title the theoretical influence of relating strategic leadership with the performance of administrative staff through work engagement. This study outcome may also be used for the improvement of the performance of administrative staff in Jordan organizations

5. Methodology

For this study, the researcher's Methodology on the use of a descriptive-analytical method and field study method. The researcher developed a questionnaire based on previous studies and a literature review of the subject, statistical analysis of the answers was done and the validity of the hypothesis was tested. Additionally, the researcher also used existing references and ready sources to the pedestal of the theoretical framework, linking the results of the current study with the

results of previous studies related to the subject. This link was interpreted to arrive at an authentic scientific description of the phenomenon and provide the results, according to which some of the recommendations are proposed by the researcher.

6. Population of the study and its sample

The study community is represented by the Ministry of Educations in Jordan, as the ministry is among the organizations in which practices emerge Strategic leadership clearly, which helps to conduct the study. The sample members are the employees and managers who have the ability to provide useful information for the study (100) questionnaires were distributed to the specified sample (50) questionnaires were distributed to managers and (50) questionnaires were distributed to Staff the goal of reaching to achieve the objectives of the study.

7. Study model

The current study model was developed based on (Kitonga et al.1997) model, and on the previous literature review of studies. The theoretical framework of the study is to explore the impacts of strategic leadership on the employee performance of the employees who work in the Ministry of Educations in Jordan. strategic leadership is an independent variable (Strategic Orientation, Transformational leadership and Innovative leadership) and the dependent variable is employee performance. Figure (1) shows the study model.

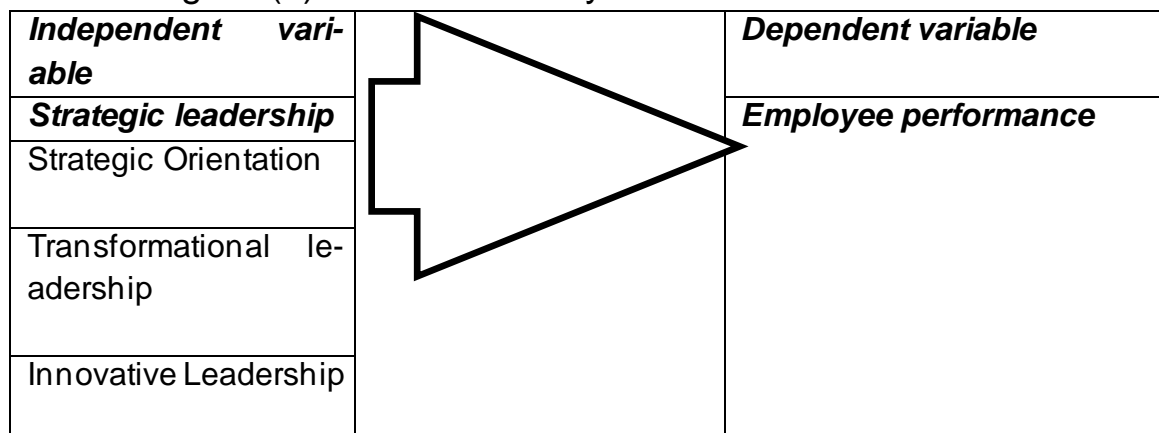


Figure 1.: study model

Source: The preparation of the study model was based on the previous literature

8. Study hypotheses

To answer the study questions, the following main hypothesis was formulated:

HO1: There is no statistically significant effect of the factors influencing Strategic leadership

(Strategic orientation, transformational leadership, innovative leadership), at $\alpha \leq 0.05$, on employee performance. The following sub-hypotheses emerged from the main hypothesis:

HO1.1: There is no statistically significant effect of strategic orientation at $\alpha \leq 0.05$ on employee performance.

HO1.2: There is no statistically significant effect of Transformational leadership at $\alpha \leq 0.05$ on employee performance

HO1.3: There is no statistically significant effect of innovative leadership at $\alpha \leq 0.05$ on employee performance.

9. Literature Review

9.1. Strategic leadership

Strategic leadership is concerned with making strategic decisions related to the product and service provided by the organization and the market while simultaneously selecting competent executives. It is further concerned with finding the source of funding, making decisions for the organization, drawing goals, improving the direction of the organization while respecting the nature of the organization, developing and designing infrastructure such as components, information, and control systems as defined by the various parties that deal with the organization. These parties include the financial institutions, suppliers, workers, customers. Strategic leadership also negotiates with each side of these parties. (Shrivastava & Nachman 1989). According to (Hosmer 1982), strategic leadership is to influence the decisions of others voluntarily thus increasing the likelihood of the organization's long-term success and achieving the required growth. Strategic leadership is the ability to deal with many variables and ambiguous circumstances through the crystallization of direction indicators, vision, and executable and flexible strategy. Strategic leadership represents the ability of individuals

to think and influence others in a way that enables the organization to obtain a competitive advantage (Vera & Crossan 2004). Strategic leadership refers to the ability to understand the main elements of creative strategic thinking, to understand the steps in the creative planning process and its implementation as well as to understand and write down a strategic plan. (Adair 2002). Strategic leadership plays an influential role in the process of implementing the strategy through many leadership practices or actions (Covin, & Slevin 2017). Strategic leadership is one that depends on strategic analysis and planning based on the logic of strategic thinking. It is characterized by clarity of the future vision based on future orientation, and seeks to achieve effectiveness and efficiency in the organization. This is achieved mainly due to the relationship between goals and available opportunities, and by adopting innovation and creativity. To put the organization in the foreground, which is more extensive than the traditional leadership, focuses on operational plans in the face of immediate events only, and adheres to the work instructions and procedures. (Guillot 2003).

9.1.1. Strategic Orientation

Strategic orientation is a fundamental variable in the business world, as it is related to the way the organization chooses to remain active and competitive in the business environment. Strategic direction stems from the results of strategic thinking which manifests in directing the organization's management in defining its strategic goals. It gives priority to goals, organizational survival, social responsibility, and growth within the framework of Long-term strategic vision (Chaganti & Sambharya 1987). According to (Gatignon & Xuereb 1997) strategic orientation is determining the organization's long-term position in a competitive environment by focusing on resource allocation. Strategic Orientation is one of the processes of Strategic Management. It cannot be counted as a separate stage, but it overlaps in all strategic management processes (Day & Wensley 1983).

9.1.2. Transformational leadership

Leadership is of great importance in the success of any organization as it is the essence of the administrative process. A competent leader exercises his role skillfully and with ingenuity, and tries to choose positive leadership styles that are appropriate to the conditions of administrative work. (Bass & Avolio 1990). Leadership is necessitated by interactions between individuals and groups. The leader is like a watchdog, organizer who directs individuals on their behavior, and their attitude towards certain common goals that the organization aims to achieve without being prejudiced to public order or law or customs and traditions (Keller 1992). In the modern era, change and how to lead it successfully has become one of the most important topics that occupy the mindset of administrative leaders. This is due to the fact that change occurs everywhere, and that its speed increases and complicates thus making the future of organizations and its success dependent on a leader's approach towards change. Educational institutions need educational leaders to form clear future vision for institutions, and adopt a strategic plan for developing and managing change, avoiding crises, and to keep pace with modern developments and trends in information and communication technology. (Young 1991).

9.1.3. Innovative Leadership

According to (Bel 2010), innovation leadership is defined as leadership that encourages individuals to innovate and evaluate their performance and responsibilities in a clear way. It further supports important achievements and creates an atmosphere that encourages innovation and exploratory research. A leader is someone who leads a group of individuals effectively towards a specific goal, hence the leader must be distinguished through their technical, organizational and intellectual qualities and skills. These skills help the leader influence the behavior of the followers and accelerate the achievement of the goals of the organization. (Bossink 2004). Innovative leadership is considered the meeting point of innovation, creativity, talent, planning, and development. An innovation leader has the ability to share new ideas with each other,

organize interconnected relationship, and make a platform for innovation and creativity (Elkington & (2015). Innovation Leadership prepare work teams and creates an innovative work environment within the organization. An innovation leader is always interested in discovery and renewal in order to find the best and fastest ways to achieve goals. Entrepreneurial spirit and the ability to consciously and quickly act in various locations are some distinguishing characteristics of an innovation leader. An innovative leader is open to change and can anticipate the future. They have a desire to learn about internal problems and issues to solve them through brainstorming sessions, keeping pace with developments, and continually learning. (Tung & Yu 2016).

9.2. Employee Performance

The content of Employee Performance refers to obtaining specific facts and data about the employee's performance to help the employee analyze, understand, and estimate the level of performance and give the individual a certain standard that is required to be reached. Employee Performance also aids in understanding the employee's task-conducting behavior i.e. estimating the level of technical and scientific competence to fulfill the duties and tasks (Ahmed et al 2013). According to (Bedarkar & Pandita 2014), Employee performance is defined as the employee's implementation of work and responsibilities assigned by the institution or the entity. It further refers to the specific results of the behavior, and in return, the negative performance is the undesirable consequences that determine the behavior. (Hameed & Waheed 2011) defined employee performance as the extent to which the worker or employees achieve the desired goals effectively and as desired by using the available resources. (Anitha 2014) refers to the term performance in the following words: "It is not permissible to confuse behavior with achievement and performance, because behavior is what individuals do in the organization in which they work. Achievement is what remains of the impact or results after individuals stop action, that is, it is an output or results. As for performance, it is the interaction between behavior and results that have been achieved together". Task performance and its evaluation are important processes on which an organization relies a lot for judging the extent of its success in achieving the

short-term and long-term goals. It is a concept that links the aspects of activity and the goals that the organizations seek to achieve through the tasks and duties performed by the workers. Therefore, task performance is the process by which officials realize the level of individuals' task performance and their ability to accomplish a task efficiently. (Locke et al,1984). The concept of performance includes other criteria in addition to efficiency and effectiveness such as employee turnover rates for the same jobs, the volume of accidents related to production, and problems related to employee commitment, for example, regularity at work and implementing health and safety procedures accurately and professionally. (Berry & Broadbent 1984). Most management scholars stressed that we must differentiate between the term's behavior, achievement and performance. According to these scholars' behavior is what the individual does in the organization in which he works, and achievement is the output or results already achieved. Lastly, performance is the interaction between behavior and achievement and it refers to the way in which the actions assigned to individuals are executed procedurally -- it is the sum of the behavior and the results achieved together. (Seta 1982). Contextual performance is the behavior that contributes to increasing organizational effectiveness by providing a good environment for performing work tasks (Scotter et al 2000). (Johnson 2001) defined contextual performance as behaviors that do not support the technical essence of the organization but instead support the psychological and social environment in which the technical operations take place. According to (Devonish & Greenidge 2010), contextual performance is defined as a set of personal and optional behaviors that support the social and motivational context in which organizational work is accomplished. Contextual Performance has two aspects; the first relates to facilitating interpersonal relationships, which describes behaviors that are personally directed towards co-workers and that contribute to achieving organizational goals. These include encouraging cooperation, respect for others and building effective relationships. The second aspect relates to dedication to work, which describes motivational measures towards self-discipline, such as working hard, taking initiatives, following rules and policies, supporting organizational goals, and allocating time for business success.

9.3. The relationship between strategic leadership and employee's performance

This research focused on strategic leadership and its role on employee performance in order to understand the role of strategic leadership in the organizational context. The contribution of this research in the field of strategic leadership is multifaceted in enhancing employees' awareness of strategic leadership and evaluating the factors that contribute significantly to changing their outlook of the strategic leadership. It further explained that strategic leadership can motivate workers in the organization by placing it in a position from where the organization can develop strategic leadership to gain a competitive advantage in this field. (Hitt & Duane 2002). There is a positive relationship between strategic leadership and employee performance and it can be analyzed for the following levels (Abbas & Yaqoob 2009):

- A strategic level for senior management to determine the production mix and the strategic direction of the organization in general.
- The strategic and functional level of the middle management to achieve a competitive advantage.
- The operational strategic level of the lower management to significantly increase resource productivity.

10. Reliability of the study tool

Cronbach alpha test was used to measure the reliability of the measurement tool. The value of the questionnaire as a whole was = 95.80% which is an excellent rate, higher than the acceptable rate of 60%. Also, the α value for each variable was calculated as follows:

Table 1.: Reliability Test “Cronbach alpha”

Variables	Coefficient of consistency (α value)	Numbers of Items	Sample
Strategic leadership	91.56%	5	100
Strategic Orientation	95.88%	4	
Transformational leadership	93.82%	5	
Innovative Leadership	84.77%	5	
Total index of study tool items	96.68%	19	

Table (1) indicates that the Cronbach Alpha coefficient of dimensions ranged between (84.77%) and (96.68%), all of which are values higher than the acceptable rate of 60%.

10.1. Result of the study

The normal distribution of the collected data was performed to confirm whether the data was under normal distribution or not, skewness values were derived, which indicates that if the values of the torsion coefficient are less than (1) then that the data is distributed naturally. Table (2) shows the torsion coefficient of the study variables.

Table 2.: Normal distribution of data based on torsion coefficient

Variable	Strategic leadership	Strategic Orientation	Transformational leadership	Innovative Leadership	Employee Performance
Skewness	0.811-	0.956-	0.924-	0.759-	0.771-

The test data shown in Table (2) indicates that the data distribution was normal, where the values of the torsion coefficient were less than (1) for all variables of the study, as explained by the theory (Central Limit Theorem).

Table 3.: Results to test the correlation strength between independent variables

Strategic leadership	Tolerance	VIF
Strategic Orientation	0.440	2.274
Transformational leadership	0.487	2.054
Innovative Leadership	0.484	2.068

Table (3) indicates that the allowable variance coefficient for independent variables was less than 1 and greater than 0.01. Contrast inflation coefficient values were less than 10 indicates that there is no high correlation between the independent variables. This further indicates the acceptance of values and it is suitable for conducting multiple linear regression analysis and thus testing the main study hypothesis.

Table 4.: Correlation Analysis

		EP	SO	IL	TEL
Employee performance	Pearson Correlation	1			
Strategic Orientation	Pearson Correlation	0.719**	1		
Innovative Leadership	Pearson Correlation	0.666**	0.780**	1	
Transformational leadership	Pearson Correlation	0.721**	0.829**	0.742**	1

*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

The Table 4 above indicated that there is a positive and significant relationship between each dimension of Strategic leadership with each other. Similarly, the it also indicated that all the Strategic leadership has a positive and significant relationship with employee performance. Transformational leadership has the strongest and significant relationship with employee performance while Innovative Leadership has the weak relationship with employee performance. To examine further regression analysis is conducted to establish which types of leadership style is most influential in improving the employee performance.

10.2. Regression Analysis

In this research, regression is used to envisage the impact of Strategic Leadership on employee performance, in this case referring to the **Ministry of Educations in Jordan**, based on Three independent factors. They are Strategic Orientation, Innovative Leadership, and Transformational leadership. Employee Performance is the dependent factor in this context.

Table 5: Model Summary

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.762 ^a	0.580	0.561	0.4369	1.670
a. Predictors: (Constant), Strategic Orientation (SO), Innovative Leadership (IL), Transformational leadership (TEL).					
b. Dependent Variable: Employee Performance (EP).					

The Adjusted R Square value at 0.561 indicated that the model is not a good fit model as the value is lower than the rule of thumb of 0.60. The Durbin Watson value indicated that there is no autocorrelation among the selected respondents for this research as the value falls in the range of 1.5-2.5. However, since the model is close to 0.6, the model is accepted for further analysis.

Table 6.: Regression Analysis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.410	0.221		6.377	0.000
	Strategic Orientation	0.234	0.112	0.280	2.089	0.039
	Innovative Leadership	0.139	0.092	0.166	1.520	0.031
	Transformational leadership	0.222	0.112	0.288	1.985	0.050
a. Dependent Variable: Employee Performance						

According to Table 6, Supportive Leadership beta value is 0.280 with a significant value of 0.039 which is lower than the rule of thumb. Hence Supportive Leadership is found to have a positive and significant impact on employee performance. Similarly, Transformational Leadership has a beta value is at 0.288 with a significant value of 0.050 which is lower than the rule of thumb. Hence Transformational Leadership is also found to have a positive significant impact on employee performance. Participative Leadership shows a beta value of 0.166 with an insignificant value of 0.031, indicating that Participative Leadership has a positive and significant impact on employee performance.

11. Conclusions and recommendations

His study has investigated the effect of strategic leadership style on employee performance in the Ministry of Education in Jordan. The researcher draws clear conclusions from the great importance of strategic leadership style, which appears in every variable of the research. This study makes use of a survey research design and a random sampling technique was used to select 100 respondents from each ministry. All data collected were analyzed based on descriptive and inferential statistics to analyse demographic variables and research hypotheses. The study found that there were no statistically significant differences between the study sample individuals of the relationship between strategic leadership style and employees' performance in the Ministry of Education in Jordan. The finding of this study and the recommendation were discussed. The results of the study showed that the degree of importance is high for all study variables and to varying degrees between variables. This explains the importance of all study variables from the point of view of the study sample. The following points show the results of testing the hypotheses related to the model used in the study. The study concluded that there is a statistically significant effect of the strategic direction on the performance of the administrative employees in the Ministry of Education in Jordan. This indicates the existence of a strategic direction in the Ministry of Education in Jordan as the Ministry seeks to clarify the strategic direction amongst its employees. The study also found that transformational leadership at the

Ministry of Educations in Jordan was effectively practiced. This was due to the interest of managers to change and improve the situations in the departments, which reflected Transformational leadership does affect employee performance. The results of the analysis concluded that the degree of innovative leadership practiced was moderate. The study showed the Ministry's interest in innovation and renewal and honoring its employees who innovate new methods of doing work. The study also found that innovative leadership has a positive effect on administrative employee performance. Based on the results of this study, the following recommendations are made:

- There is a need to intensify efforts to pay attention to the strategic direction at the Ministry of Educations in Jordan, to improve the organization's direction with respect to the nature of the organization, and to establish and design infrastructures such as components, information, and monitoring systems.
- Role of transformational leadership should be activated to improve the current situation, support management in this area that would result in improved performance levels of administrative employees.
- Supporting the organizational culture to enhance an employee's sense of belonging to the organization, where they work based on an important criterion that is based on the values, trends, and objectives of the organization. All of this reflects on the performance of employees.
- The management must continue to encourage employees to innovate and create new ideas that would cause employees to increase their sense of responsibility.
- Further studies can be extended in different cities to check the generalized effect of strategic leadership across the country. Researchers may check the effect of strategic leadership in other industries to generalize the effect.

12. Future research

The current investigation demonstrated that strategic leadership is important in enhancing employees' performance and as well as employee satisfaction. However, the research is not without certain limitations. One of the limitations is that in this research, we check the impact of strategic leaders on employee's performance which has been testified using a sample of respondents from Top and middle level managers of the Ministry of Education in Jordan. Further studies can be extended in different cities to check the generalized effect of strategic leadership across the country. The research was conducted on the ministry of education in Jordan, it better the research conducted in other parts of Jordan. Conducting further research by those interested in this field with studying other variables affecting the employees' performance management process, or studying the variables that were studied in other sectors such as the industrial, commercial sectors, or other service sectors or uses a wider range of samples from different types of educational institutions.

13. Abstract

appropriate strategic leadership is essential in an organization's decision-making to ensure short-term success and long-term sustainability is given the current unstable business environment. This study aims to understand the effect of strategic leadership on the Administrative Employees' performance in the Ministry of Education in Jordan. For this study, the dimensions of strategic leadership involved Strategic Orientation, Transformational Leadership, and Innovative leadership. The study community represents the administrative employees in the MOE. A descriptive survey design was used. Respondents were the employees and managers of the ministry of education in Jordan. The collection of primary data was done through a structured questionnaire. 149 questionnaires were distributed among the study sample, of which 100 were returned back and analyzed. This implies that 93% of the questionnaires account for the data generated in this study. Descriptive statistics (standard deviations, percentages, and mean)

were used in the analysis. Pearson correlation analysis was also performed to determine the level of the relationship between strategic leadership and administrative employees' performance in the MOE. Therefore, this study concluded that strategic leadership positively affects administrative employee performance in the MOE.

Keywords: Strategic Leadership; Strategic Orientation; Transformational leadership; Innovative Leadership; Employee performance.

References

Abbas, Q., & Yaqoob, S. (2009). Effect of leadership development on employee performance in Pakistan. *Pakistan economic and social review*, 269-292. <https://www.jstor.org/stable/25825356>.

Adair, J. E. (2002). *Effective strategic leadership*. London: Macmillan. <https://doi.org/10.1080/1363243042000172804>.

Ahmed, I., Sultana, I., Paul, S. K., & Azeem, A. (2013). Employee performance evaluation: A fuzzy approach. *International Journal of Productivity and Performance Management*. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2013-0013>.

Anitha, J. (2014). Determinants of employee engagement and their impact on employee performance. *International journal of productivity and performance management*. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2013-0008>.

Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1990). Developing transformational leadership: 1992 and beyond. *Journal of European industrial training*. <https://doi.org/10.1108/03090599010135122>.

Bedarkar, M., & Pandita, D. (2014). A study on the drivers of employee engagement impacting employee performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 133, 106-115. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.174>.

Bel, R. (2010). Leadership and innovation: Learning from the best. *Global business and organizational excellence*, 29(2), 47-60. <https://doi.org/10.1002/joe.20308>.

Berry, D. C., & Broadbent, D. E. (1984). On the relationship between task performance and associated verbalizable knowledge. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology Section A*, 36(2), 209-231. <https://doi.org/10.1080/14640748408402156>.

Boal, K. B., & Schultz, P. L. (2007). Storytelling, time, and evolution: The role of strategic leadership in complex adaptive systems. *The leadership quarterly*, 18(4), 411-428. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2007.04.008>

Bossink, B. A. (2004). Effectiveness of innovation leadership styles: a manager's influence on ecological innovation in construction projects. *Construction Innovation*. <https://doi.org/10.1108/14714170410815105>.

Chaganti, R., & Sambharya, R. (1987). Strategic orientation and characteristics of upper management. *Strategic management journal*, 8(4), 393-401. <https://doi.org/10.1002/smj.4250080409>.

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (2017). The entrepreneurial imperatives of strategic leadership. *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset*, 307-327. <https://doi.org/10.1002/9781405164085.ch14>.

Day, G. S., & Wensley, R. (1983). Marketing theory with a strategic orientation. *Journal of marketing*, 47(4), 79-89. <https://doi.org/10.1177/002224298304700409>.

Devonish, D., & Greenidge, D. (2010). The effect of organizational justice on contextual performance, counterproductive work behaviors, and task performance: Investigating the moderating role of ability-based emotional intelligence. *International Journal of Selection and Assessment*, 18(1), 75-86. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2389.2010.00490.x>.

Elkington, R., & Booyen, L. (2015). Innovative leadership as enabling function within organizations: A complex adaptive system approach. *Journal of leadership studies*, 9(3), 78-80. <https://doi.org/10.1002/jls.21414>.

Gatignon, H., & Xuereb, J. M. (1997). Strategic orientation of the firm and new product performance. *Journal of marketing research*, 34(1), 77-90. <https://doi.org/10.1177/002224379703400107>.

Guillot, W. M. (2003). Strategic leadership: Defining the challenge. *Air & Space Power Journal*, 17(4),67.<https://search.proquest.com/scholarly-journals/strategic-leadership-defining-challenge/docview/217767093/se-2?accountid=28062>.

Hameed, A., & Waheed, A. (2011). Employee development and its affect on employee performance a conceptual framework. *International journal of business and social science*, 2(13).

Hitt, M. A., & Duane, R. (2002). The essence of strategic leadership: Managing human and social capital. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(1), 3-14. <https://doi.org/10.1177/107179190200900101>.

Hitt, M. A., Hoskisson, R. E., & Ireland, R. D. (1994). A mid-range theory of the interactive effects of international and product diversification on innovation and performance. *Journal of management*, 20(2), 297-326. <https://doi.org/10.1177/014920639402000203>.

Hosmer, L. T. (1982). The importance of strategic leadership. *The Journal of Business Strategy*, 3(2), 47. <http://dx.doi.org/10.1108/JBS-08-2019-0164>.

Johnson, J. W. (2001). The relative importance of task and contextual performance dimensions to supervisor judgments of overall performance. *Journal of applied psychology*, 86(5), 984. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.5.984>.

Keller, R. T. (1992). Transformational leadership and the performance of research and development project groups. *Journal of management*, 18(3), 489-501.<https://doi.org/10.1177/014920639201800304>.

Kitonga, D. M., Bichanga, W. O., & Muema, B. K. (2016). Strategic leadership and organizational performance in not-for-profit organizations in Nairobi County in Kenya. <https://hdl.handle.net/20.500.12342/917>.

Locke, E. A., Frederick, E., Lee, C., & Bobko, P. (1984). Effect of self-efficacy, goals, and task strategies on task performance. *Journal of applied psychology*, 69(2), 241. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.69.2.241>.

Seta, J. J. (1982). The impact of comparison processes on coactors' task performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(2), 281. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.42.2.281>

Shrivastava, P., & Nachman, S. A. (1989). Strategic leadership patterns. *Strategic Management Journal*, 10(S1), 51-66. <https://doi.org/10.1002/smj.4250100706>.

Susskind, L. E., & Ali, S. H. (2014). *Environmental diplomacy: Negotiating more effective global agreements*. Oxford University Press <https://doi.org/10.1080/01900699408524907>.

Tung, F. C., & Yu, T. W. (2016). Does innovation leadership enhance creativity in high-tech industries?. *Leadership & Organization Development Journal*. <https://doi.org/10.1108/LODJ-09-2014-0170>.

Van Scotter, J., Motowidlo, S. J., & Cross, T. C. (2000). Effects of task performance and contextual performance on systemic rewards. *Journal of applied psychology*, 85(4), 526. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.85.4.526>.

Vera, D., & Crossan, M. (2004). Strategic leadership and organizational learning. *Academy of management review*, 29(2), 222-240. <https://doi.org/10.5465/amr.2004.12736080>.

Veresné, Somosi, M et al., (2022): Skill Ecosystem Strategy. In *Development of a Skill Ecosystem in the Visegrad Four Countries – PROSKILL*. pp. 104–171.

Young, O. R. (1991). Political leadership and regime formation: on the development of institutions in international society. *International organization*, 45(3), 281-308. <http://www.jstor.org/stable/2706733>.

THE IMPORTANCE OF IMPROVING COMMUNICATION SKILLS FOR INTERNATIONAL STUDENTS

Somayeh Kariman

PhD. Candidate

Faculty of Economics, Institute of Management Sciences

University of Miskolc

1. Introduction

Personality mentions an individual's characteristics such as style, behavior, mind-set, and attitude, his/her unique way of perceiving things and seeing the world, but communication skills play a crucial role in honing one's personality. So overall, communication could be identified as a process for exchanging information through verbal and non-verbal methods to the person who will receive the information. The most common method of communication is verbal, which is using a specific language with the two-way process and feedback on the message received. Communication also involves the exchange of ideas, opinions, message and information with a specific objective. Communication has been shaped as sharing and giving meaning occurring at the same time through symbolic interactions (Seiler & Beall, 2005). Communication is started when a message or information is transferred from the sender to the receiver through an instrument or channel (Masri, 1997). Based on these definitions, elements of communication include the person giving the information, the information and feedback by the receiver, and the repetition of these processes creates knowledge development (Iksan et al., 2012). In overall, "Communication is an important ability for every human being to have" (Mauliyda et al., 2020). "Communication is the most important part of any educational process, the aim of which is to transfer or exchange ideas and thoughts" (Sharifirad et al., 2012, p 8). Developing the communication skills help people to makes progress in their educational fields, develop their workplace skills, and enhance their marketability and employ ability (Riemer, 2007, Keane –

Gibson, 1999, Veresné et al, 2022). Also, developing effective communication skills in students is an essential component to prepare them for their future careers (Rawboon et al., 2019). In the workplace, managers often look for people who can demonstrate a good set of transferable skills, such as communication, problem-solving, and teamwork (Raftopoulos et al., 2009 & Raybould, 2005). Nabi (2003) argued that “graduate employability skills are not universally defined when he considered research conducted in the British context” (Raftopoulos et al., 2009.p.2). He also observed that, “the graduate employability skills as including traditional academic skills (such as the critical evaluation of evidence, analysis, logical argumentation and problem-solving) as well as the core or key skills that are required by higher institutions (such as communication, numeracy and teamwork)” (Raftopoulos et al., 2009.p.2). Consequently, improvement in our communication skills are very important not only in the educational field but also in the career field.

In Figure 1. I would like to discuss 4 types of communication based on personalities.

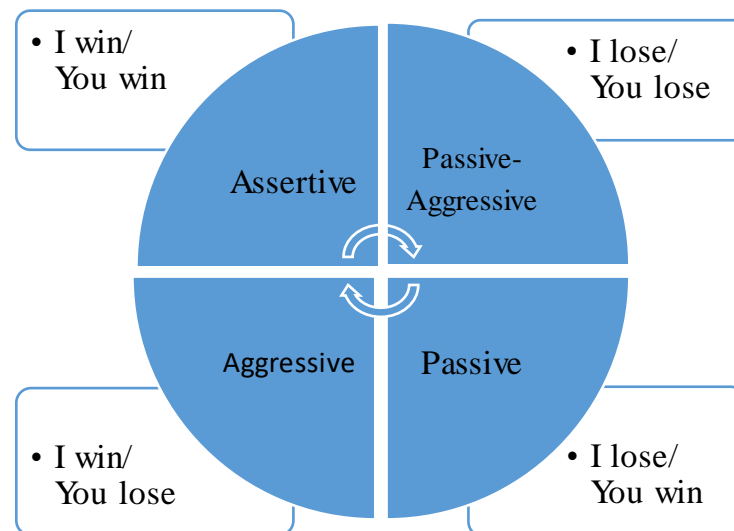


Figure 1.: The 4 Communication Styles: How Behavioral Traits Affect Communication

Source: <https://imagesinbloom.com/2017/10/30/communication-and-personality-style/>

– Passive Communicators

In this type of communication, a person is avoiding eye contact with other people. They are feeling shy, shame, guilt, and negative emotional feeling during their communication. This type of personality doesn't have enough self-confidence. For instance, 'I am okay with your idea and whatever you like to do it'. In addition, they don't know how they have to communicate about their feelings and their needs (Pipaş & Jaradat, 2010).

– Aggressive Communicators

People who depend on this communication style in the workplace, at home, among friends tend to dominate the conversation and they don't like to listen and attention to other ideas. For example, they are saying and forcing their idea, always focusing on themselves. Also "it analyzes the behavior of others and not their person" (Pipaş & Jaradat, 2010, p. 651).

– Passive-Aggressive Communicators

This type of communication is most likely to involve body language. They avoid direct and open communication, for example, they blame others (Erikson, 2014).

– Assertive Communicators

"It means you can say what you do not agree with in an elegant manner, without being verbally aggressive, without damaging or disturbing, without being placed in a delicate position, leaving room for discussion, but in terms that you took the freedom to "impose""(Pipaş & Jaradat, 2010,p.649).

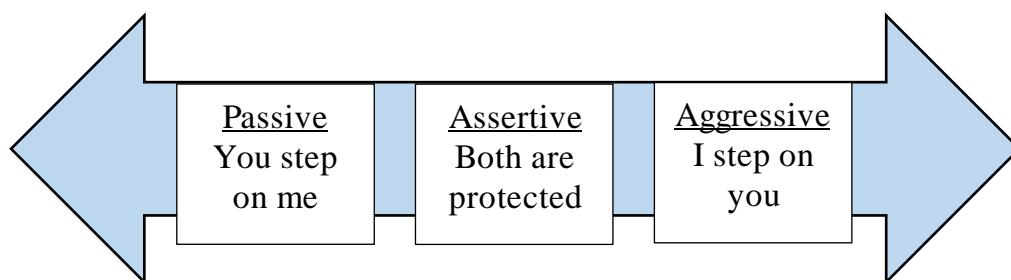


Figure 2.: Assertive Communication Style

Source: [https://farm9.stat-icflickr.com/8070/8274524660_722c50b728_b.jpg](https://farm9.staticflickr.com/8070/8274524660_722c50b728_b.jpg)

Assertiveness training can develop the human communication skills, improve the personality behavior, increase positive personal reactions, reduce the social anxiety and conflict (Lambertz & Blight, 2016; Lee et al., 2013).

According to the study of Williams (2005), Adler (as cited in Dignes, 1983), “argues that flexibility has major value to intercultural communication skills”. Besides, Kunst, Hammer, and Wiseman (as cited in Dignes, 1983) argue that open mindedness to the new idea also has an important factor in intercultural communication. On the other hand, Cleveland, Mangone, and Adams (as cited in Dignes, 1983) recognized that cultural empathy was imperative to intercultural effectiveness. Thus, personal characteristics such as strength and stability are important traits for successful intercultural communicators. Stability is one of the most characteristic features of personality but could change over a relatively long period under certain conditions such as experience, environment, and age. On the other hand, some fundamental factors such as cultural differences or gender also could bring about differences on personality scales and communication (Erikson, 2014). International students need not only to develop their communication skills through discussions and presentations in class, but they also need to develop their communication with others at the university. According to (Iksan et al., 2012), having an ability in oral, written communication and social skills could develop communication skills. Thus, it will be useful for the university to develop these three skills for its students. In the next section, I would like to discuss these three types of activities.

– Verbal Communication

Verbal communication skills could be developed through different activities such as presentations and open discussions in a class or group. Further, verbal communication skills could also be practiced outside of the classroom through interviews and meeting with other students, staff, and professors.

– Written Communication

Writing communication could develop through completing written assignments and reports through their academic program at the university. Good written communication skills should use simple and easy to understand sentences, and also follow the academic writing style. According to Maulyda (2020) results, still many students cannot communicate their outcome with other students. They need to improve their written communication skills (Maulyda et al., 2020).

– Social Communication

There are four sub-constructs for social communication which includes negotiating, language, culture and be politeness. In this activity, international students need to be able to negotiate and discuss with other students, and professors about the other cultural value and norms with the common language. This type of communication must be carried out humbly and politely.

In overall, the process of communication involves four sections: speaker, receiver, communication channel and feedback. A few researchers have defined communication as verbal communication, written communication, non-verbal communication, listening, and giving feedback (Najmuddin, 2010). Personality development could help the individuals to be aware of their potential barriers for communication and develop their interpersonal communication (Kunos, 2011). It could also develop the students' concentration regarding improving listening skills. However, learning oral and written communication skills needs further time and efforts on the students' part. Therefore, I suggest that there must be more emphasis on practising all the skills for improving communication skills among international students. Recently, job sustainability is becoming tougher globally. To become achievements over the competitors, students must add values to their soft skills over their hard skills to exhibit their true potential (Meenu & Kumar, 2009). Hard skills are called academic skills, experience and level of expertise while soft skills are called self-developed, interactive, and communication. Literature suggests that hard skills contribute to only 15% of one's success while the remaining 85% is made by soft skills. Now days almost the majority of multicultural organizations are looking for employees who

are dependable, ethical, self-directed, having effective communication, committing, willing to work, learn, and having a positive attitude. Understanding the significance of this new willingness, and most of the universities around the world tend to have initiated programmes, projects and activities for developing soft skills for their students. Opposite of hard skills which are learned, soft skills such as communication skills are similar to emotions that allow a person to read others' feelings and value them. Soft skills are much harder to learn, at least in a cross-cultural environment. Therefore, they could also be much harder to measure and evaluate. So, as I have already explained about it, communication skill is considered soft skills and personality traits. Therefore, improving these skills could improve and the successes of international students both in education and global markets. According to (Devadason & Subramaniam, 2010), key skills also include personal specific personalities such as loyalty, commitment, honesty, integrity, ability, and control to deal with pressure, motivation and adaptability. Also, Shakir (2009) categories the soft skill in seven main skills which include:

- Communication Skills (CS)
- Critical Thinking and Problem-Solving Skills (CTPS)
- Team-Working Skills (TS)
- Lifelong Learning and Information Management Skills (LLIMS)
- Entrepreneurial Skills (ES)
- Moral and Professional Ethics (MPES)
- Leadership Skills (LS).

International students must develop their soft skills throughout their course and should be equipped with all seven skills upon completion of their degree programmer. The study adopts these seven skills and the expected competencies of each skill in the questionnaire design. Therefore these questionnaire is designed to gather information, and improving the soft skills in the teaching-learning process among international students. In the next tables, I would like to show the sample of this questionnaire.

Table 1.: Communication Skills in English (CS)

CS1	I had an opportunity for making oral presentations/teaching at University
CS2	I have already written reports at University mainly in English
CS3	Communication at University is mainly in English
CS4	I had opportunities to observe presentations made by other students

Source: Devadason et al., (2010)

Table 2.: Critical Thinking and Problem-Solving Skills (CTPS)

CTPS 1	I received critical feedback on presentations from my peers
CTPS 2	Able to identify and analyses problems in complex and vague situations, as well as make evaluations that are justifiable
CTPS 3	Able to provide ideas and alternative solutions
CTPS 4	Able to think outside the box

Source: Devadason et al., (2010)

Table 3.: Team-Working Skills (TS)

TS1	Able to build working relationships, interact with others and work effectively with peers to achieve common goals
TS2	Able to appreciate and respect others' attitude, behaviour and beliefs
TS3	Take responsibility for the group's actions
TS4	I had opportunities to be an observant in team discussions

Source: Devadason et al., (2010)

Table 4.: Lifelong Learning and Information Management Skills

LLIMS 1	The learning process of most courses involved active reading/self-regulated learning such as internet search and library research
LLIMS 2	I was given adequate exposure to computer skills such as programmers and software
LLIMS 3	I can identify/apply the new knowledge which is acquired for my study
LLIMS 4	I can use my computer skills at the University

Source: Devadason et al., (2010)

Table 5.: Entrepreneurial Skills (ES)

ES 1	Some courses provided knowledge of basic entrepreneurial skills
ES 2	There were opportunities to network with entrepreneurs/in-service teachers/expert teachers (e.g.: guest lectures, visits to industry)

Source: Devadason et al., (2010)

Table 6.: Moral and Professional Ethics Skills (MPES)

MPES 1	Supervisor/peers/university leadership is guiding me on general ethical practices
MPES 2	I am a punctual person
MPES 3	I am exposed to other aspects of good work ethics such as honesty, integrity at university

Source: Devadason et al., (2010)

Table 7.: Leadership Skills (LS)

LS 1	I had opportunities to be involved in decision-making/finding solutions
LS 2	I had to meet study demands under stressful conditions
LS 3	Some courses are provided knowledge of basic leadership skills
LS 4	I had an opportunity to participate in events actively at university

Source: Devadason et al., (2010)

Among the soft skills categories, “communication skill has received more attention in the context of employability” (Ting, et al, 2017, p. 316). As I have already discussed, educational is needed for the typical college student and the corporate environment are continuously changing. Concerns regarding the adequacy of the preparation of graduates for success in their fields are arising both in and outside the university environment. According to my knowledge, by applying these questionnaires, people could improve and develop their soft skill such as communication skills which could be useful for them during their studies and they will also be more successful in the global markets.

2. Intercultural Communication Competence

Intercultural communication competencies by Byram in 1989 is showed that the skills and abilities which are needed for success in today’s global world business are not the same as those needed even 20 years ago. Increasing globalization and digitalization of companies, universities and communities is certainly one of the major developments in the recent past. Therefore, intercultural communication has become one of the major challenges for managers and leaders around the world. According to Kim (1991), there are three skills or dimensions that relate to this concept and intercultural communication compe-

tence: first of all is the cognitive dimension, which is related to the individual's interpretive mechanisms, secondly, an affective dimension which determines an individual's motivation or willingness to accommodate intercultural encounters, and finally a behavioral dimension, which explains an individual's abilities to be flexible and resourceful in using his or her cognitive and affective skills. Intercultural communication competence enables interaction based on better understanding among individuals and groups (Griffith, 2016). Differences in a communication can be based on the different language structures, several of cultural practices, norms, value and thinking styles. These differences can cause the misunderstanding and conflict, while a good understanding of the intercultural communication competence can reduce communication barriers, build better relationships and facilitate collaboration (Griffith, 2016). Neuliep, 2019 argues that, "intercultural communication plays a crucial role in reducing anxiety, discomfort and uncertainty during interaction with different cultures" (Balakrishnan et al., 2021, p.85). Transcultural competence (TCC) has two essential skills for effective intercultural interactions – adaptability and sensitivity. Ting-Toomey explained that TCC is a process whereby communicators learn to "mutually adapt to each other's behaviors appropriately and flexibly" (p. 261) by respectfully observing and reacting to other's communication process. "The Cross-Cultural Adaptability Inventory (CCAI) and the Global Competency and Intercultural Sensitivity Index (ISI) were selected as two key instruments to measure these skills" (Williams, 2005, p.360). The CCAI is called a "training instrument designed to provide information to an individual about his or her potential for cross-cultural effectiveness" (Kelley & Meyers, 1995). So, CCAI could use for cross-cultural training sessions to help individuals to identify their strengths and weaknesses concerning cross-cultural effectiveness and adaptability for better communication. One of the significant goals of CCAI is to help participants "improve skills in interacting with people from other cultures" after they have identified their strengths and weaknesses through the self-survey (Kelley & Meyers, 1995). Also, Kelley and Meyers (1995) argued that four skill areas could predict success in cross-cultural adaptability, and these are skills that could be identified and improved through training or cross-cultural

interaction. Based on Kim's research (1991), intercultural communication competency is a result of adaptability, and the CCAI could offer a good match for evaluating adaptability and developing intercultural communication skills. The CCAI abilities take a culture-general approach and add the universal aspects of culture shock and cultural adjustment. Kelley and Meyers (1995) argued that "A person who is universally adaptable can adjust to any culture's idiosyncrasies" (p.1). The CCAI includes four dimensions: emotional resilience, flexibility and openness, perceptual acuity, and personal autonomy. These skills have already been identified by many researchers as important to intercultural competence. In the next part, I would like to explain these dimensions very briefly.

1. An emotionally resilient person is someone who can deal with stressful feelings constructively and can cope with ambiguity very easily.
2. Flexibility and openness "are characterized by accepting other ways of doing things, a lack of rigidity, and an ethnic relative perspective" (Brislin & Yoshida, 1994, p. 90). People with these skills enjoy interacting with people who think differently that they do.
3. Perceptual acuity "refers to the degree of sensitivity individuals have in terms of verbal and nonverbal messages, as well as to interpersonal relations in general" (Brislin & Yoshida, 1994, p. 90). People with perceptual acuity are sensitive to others and "are attentive to verbal and non-verbal behavior, to the context of communication, and interpersonal relations" (Kelley & Meyers 1995, p. 15).
4. According to Williams (2005), personal autonomy refers to "individuals' abilities to maintain their personal beliefs and values when challenged in a new culture. People with personal autonomy have a strong sense of self and do not need to rely on cues from their surroundings to make decisions or form their identity."(p. 361).

Figure 3 illustrates the CCAI method:

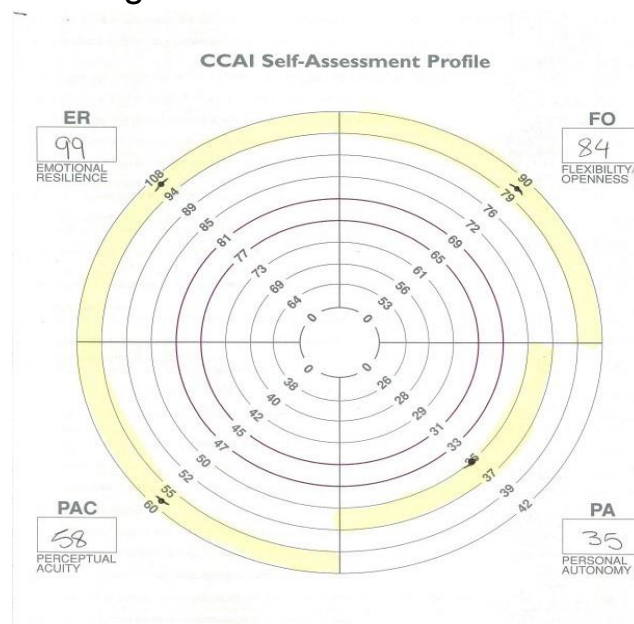


Figure 3.: CCAI Method

Source: <https://dptcsupaml.wordpress.com/year-1-theme-development-of-self/spring/item-5/10/7/2020>

Globalization is increase dramatically, and ability to understand and communicate with people from different cultural backgrounds is assuming greater relevance (Chalkiadaki, 2018). Cross-cultural effectiveness has been defined as the ability to use communication and cognitive skills (Gudykunst et al., 1978), interpersonal skills (Kealey, 1989), and an individual's psychological and sociocultural adjustment (Searle & Ward, 1990; Ward & Searle, 1991). It has been associated with the development of cultural empathy and communication competence, traits of flexibility and patience (Cui & Berg, 1991). The concept of cross-cultural effectiveness is involving the ability to keep up a positive attitude while fitting into the new social network. The result suggests that international students could increase their ability to deal with the stresses of the cross-cultural experience and develop their behavior about cultural empathy and respect for the host culture. According to Searle and Ward (1990), this would translate into a positive attitude, increased psychosocial well-being and the ability to "fit in" or negotiate interactive aspects of the new cultural environment. Emotional resilience is an important reason for psychological adjustment and it is associated with fewer symptoms of depression. Also, Perceptual Acuity

and Personal Autonomy subscales were associated with fewer sociocultural difficulties involving adaptive behavior that included a cognitive component (Williams, 2005). Therefore, CCAI could improve cross-cultural effectiveness among the international students and give important information about the international student's strengths and weaknesses, and then it could offer a format for the skill-development which needs to take place to enhance cross-cultural adjustment and communication. According to the results of Williams, 2005, "the students who studied abroad generally showed greater increase in intercultural communication skills than the students who did not study abroad, and students who chose to study abroad had a higher level of intercultural communication skills at the beginning and attend of the semester than students who did not choose to study abroad" (p.368). Also, he found that "exposure to various cultures was actually a better predictor of intercultural communication skills" (Williams, 2005, p.368). In addition, "both groups of students started the semester with somewhat high scores (on CCAI, abroad students averaged 232.53 and campus students averaged 222.82 out of a possible 288" (Williams, 2005, p.368). In the author's opinion, the high starting value could show the effect of a smaller improvement. In the other research outcome, "quantitative findings indicated no effect for two of the four CCAI dimensions; however, interview responses and observations suggest that some growth did occur in emotional resilience and personal autonomy" (Fong, 2020, p. 65).

3. Conclusion

Communication skills is an essential factor for improving the personality in the global environment such as the university. Academic performance is the most important element for developing individuals. Therefore, balancing between academic performance and these competencies should be taken seriously. For example, students could graduate, and they were excellence in academic, but they were poor in communications skills. Then, activities such as workshops for improving international students' communication skills is needed. Although the activities are sometimes run by universities and student bodies, the importance of these skills in relation to preparation towards entering the

job market should be stressed. Figure 4 presents my theory in graphic form:

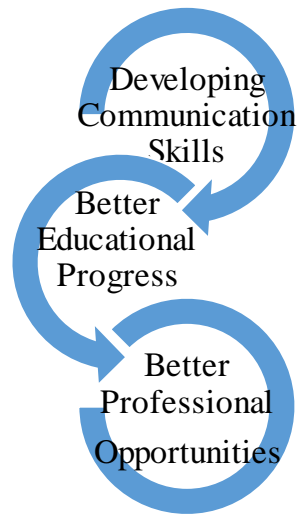


Figure 4.: Improvement of Communication Skills
Source: Own Edition

International students need to know why it is so important to have high-level of communication skills in these areas. Consequently, the university should give some programs such as engagement in various activities, group discussion, and social support for improving the communication skill in their own organization. “Communication and collaboration are important to excel in the global world” (Rawboon, et al., 2019, p.183) so, students need to acquire expert communication skill sets; such as, assertiveness communication. Assertiveness communication is a useful tool, and its application is suitable in all conditions (Pipaş & Jaradat, 2010). In addition William, 2005 argues that, in the global society which we are living in, “it seems more clear than ever that we learn how to communicate with our neighbors in an adaptable and sensitive way, and it is valuable to know that studying abroad is one opportunity that can help in that endeavor”(p.370). According to my knowledge, by using the CCAI model, we can improve both of verbal and social communication skills. Finally, I did not consider the impact of Emotional Intelligence on improving and developing communication skills. Emotional intelligence is the ability and skill for recognizing, motivating and managing our feelings with others in our relationship. Therefore, emotional intelligence is highly beneficial in the areas of education, work, and mental health According to Preeti (2013, p.9),

“emotionally intelligent people are more likely to succeed in everything they undertake”. Teaching and encouraging emotional intelligence and social skills are very important in educational field which could affect academic achievement positively. Improving these skill and ability has also a long-term positive effect on achievement in our successful life. In short, emotionally intelligent students would have better academic achievement with having better communication skills. Emotional intelligence became well known when Daniel Goleman (1995) argued that EI (also called EQ) has more value than IQ. While IQ reflects an ability in verbal, mathematical, or mechanical skills, memory, which could improve the performance in an educational field very well. Goleman (1995) argued that an IQ score could not foresee a person’s success and happiness in his/her life. A person’s ability to use his/her emotions and find others’ emotions could better predict his/her mental and physical health in both personal and social life’ success. Therefore, I recommended future researchers to consider the impact of emotional intelligence for developing communication skills in their studies. In my opinion, developing emotional intelligence could act as the main reason for successful relations, especially within cross-cultural organizations. Last but not least, I didn’t research the effects of improvement on written communication; this part of the subject remains uncharted, but I recommend that other researchers should investigate this part as well.

4. Abstract

Developing and improving the communication and adaptation type soft skills will be beneficial for the international students on two different levels: first, by reducing individual stress, they can improve their academic achievements, and second, they can see the results of their improvement in the job market by integrating and cooperating better with people who have different cultural backgrounds. Therefore, in the multicultural environments such as the university, developing a high level of communication is needed. This paper takes up some of the central issues in the study of the communication styles and the CCAI method for improving the communication skills.

Keywords: Communication Skills, Intercultural Communication Competence, CCAI method

References

Balakrishnan, K., Harji, B, M., & Angusamy, A. (2021): Intercultural Communication Competence: Well-being and Performance of Multicultural Teams. *Journal of Intercultural Communication*, 21(2), pp. 82-96

Brislin, R. & Yoshida, T. (1994): *Intercultural Communication Training: An Introduction*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Byram, M. (1989): *Cultural Studies in Foreign Language Education*, Clevedon: Multilingual Matters.

Chalkiadaki, A. (2018): Systematic literature review of 21st century skills and competencies in primary education. *International Journal of Instruction*, 11 (3). 1-16

Cui, G. & Van Den B, S. (1991): Testing the Construct Validity of Intercultural Effectiveness. *International Journal of Intercultural Relations*, 15, pp.227-241. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(91\)90031-b](https://doi.org/10.1016/0147-1767(91)90031-b)

Devadason, S, E., Subramanian, T. & Daniel, S, G. (2010): Final year undergraduates' perceptions of the integration of soft skills in the formal curriculum: a survey of Malaysian public universities. *Asia Pacific Educ. Rev.* 11, pp.321–348, DOI 10.1007/s12564-010-9090-4

Dignes, N. (1983): Intercultural competence. In D. Landis & R. W. Brislin (Eds.), *Handbook of intercultural training*, 1, pp. 176-202. Elmsford, NY: Pergamon

Erikson, T. (2014): *Surrounded by Idiots*. Published in Sweden as *Omgiven av idioters* by Hol Förlag.

Fong, J. (2020): An evaluation of an education abroad program on the intercultural learning and cross-cultural adaptability skills of university undergraduates. *Higher Education Evaluation and Development*, 14 (2), pp. 55-68. Emerald Publishing Limited, 2514-5789 DOI 10.1108/HEED-01-2020-0002

Fram9.staticflickr.com. [Online]. Available from: https://farm9.staticflickr.com/8070/8274524660_722c50b728_b.jpg

Griffith, R.L., L. Wolfel, B.K. Armon, J. Rios & Liu, O.L. (2016): Assessing intercultural competence in higher education: Existing research and future directions. ETS Research Report Series, 2016(2): 1-44. <https://doi.org/10.1002/ets2.12112>

Goleman, D. (1995). Emotional intelligence. New York: Bantam.

Gudykunst, W.B., Wiseman, R.L. & Hammer, M. (1978): Determinants of the sojourner's attitudinal satisfaction. In B.D. Ruben (Ed). Communication Year Book 1. New Brunswick, N.J.: Transaction

Iksan, H.Z., Zakaria, H., Meeraha, M. S. T., Osmana, K., Liana, C. K. D., Mahmuda, D. N. S. & Krishb, P. (2012): Communication skills among university students. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 59, pp. 71 – 76

Image in bloom studio. [Online]. Available from: <https://images-inbloom.com/2017/10/30/communication-and-personality-style/>

Item 5 Development Portfolio. July 2020. <https://dptcupaml.wordpress.com/year-1-theme-development-of-self/spring/item-5/>

Kealey, D. J. (1989): A Study of Cross-Cultural Effectiveness: Theoretical Issues, Practical Applications. International Journal of Intercultural Relations, 13, pp. 387-428. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(89\)90019-9](https://doi.org/10.1016/0147-1767(89)90019-9)

Kelley, C. & Meyers, J. (1995): CCAI Cross-Cultural Adaptability Inventory Manual. Minneapolis, MN: National Computer Systems, Inc

Keane, A., & Gibson, I.S. (1999): Communication trends in engineering firms: implications for undergraduate engineering courses. International Journal of Engng. Educ., 15, (2), pp. 115-121.

Kim, Y. (1991): Intercultural communication competence: A systems-theoretic view. In S. Ting-Toomey and F. Korzenny (Eds.), *Cross-cultural interpersonal communication*. pp. 259-275. Newbury Park, CA: Sage.

Kunos, I. (2011): *Personality Development*. Miskolc Egyetemi kiadó. 1-207

Lambertz, M.M, & Blight, M.G. (2016): You don't have to like me, but you have to respect me: the impacts of assertiveness, cooperativeness, and group satisfaction in collaborative assignments. *Business and Professional Communication Quarterly*, 79(2), 180-199.

Lee, T.Y, Chang, S.C, Chu, H., Yang, C.Y, Ou, K.L., & Chung, M.H. (2013): The effects of assertiveness training in patients with schizophrenia: A randomized, single-blind, controlled study. *Journal of Advanced Nursing*, 69(11), 2549-2559.

Najmuddin, N. (2010): Instrumen kemahiran generik pelajar pra-universiti berasaskan penilaian oleh pensyarah. Tesis yang tidak diterbitkan, Doktor Falsafah, Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia.

NABI, G.R. (2003): Graduate employment and underemployment: Opportunity for skills use and career experiences amongst recent business graduates. *Education and Training*, 45(7), 371–382.

Maulnya, A, M., Annizar, M, A., Hidayati, R, V., & Mukhlis, M. (2020): Analysis of students' verbal and written mathematical communication error in solving word problem. *Journal of Physics: Conference Series*, pp 1-11, doi:10.1088/1742-6596/1538/1/012083

Meenu, W. & Kumar, R. (2009): Developing Soft Skills in Students. *International Journal of Learning*, 15 (12), pp.1-10.

Neuliep, J.P. (2019): Anxiety, Uncertainty, and intercultural communication. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.506>

Preeti, B. (2013): Role of Emotional Intelligence for Academic Achievement for Students. *Research Journal of Educational Sciences*, 1 (2), pp. 8-12

Pipaş, D, M., & Jaradat, M. (2010): Assertive Communication Skills. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12(2), pp. 649-656

Rawboon, K., Wongsatanawarid, A., YAMAZAKI, A, K., & INOUE, M. (2019): Professional Communication Education through Academia–Industry Collaborations: Some Examples at Two Asian Universities. *International Professional Communication Conference (ProComm)*, pp.178-184.

Raybould, J., & Sheedy, V. (2005): Are graduates equipped with the right skills in the employability stakes? *Industrial and Commercial Training*, pp. 259-263.

Raftopoulos, M., Coetzee, S., & Visser, D. (2009): Work-readiness skills in the fasset sector .*SA Journal of Human Resource Management*, 7. (1), pp. 119-126.

Riemer, M, J. (2007): Communication skills for the 21st century engineer. *Global Journal of Engineering. Education* 11, pp. 89-100

Ting, H, S., Marzuki, E., Chuah, M, K., Misieng, J., & Jeromec. (2017). Employers' Views on the Importance of English Proficiency and Communication Skill for Employability in Malaysia. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 7 (2), pp. 315-327

Searle, W. & Ward, C. (1990): The Prediction of Psychological and Sociocultural Adjustment during Cross-Cultural Transitions. *International Journal of Intercultural Relations*, 14, pp. 449-464. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(90\)90030-z](https://doi.org/10.1016/0147-1767(90)90030-z)

Seiler, W. J. & Beall, M. L. (2005): *Communication: Making connections* (6th. ed). Boston: Allyn & Bacon. Sulaiman Masri. (1997). *Media dan Komunikasi dalam Bahasa Melayu*. Malaysia: Fajar Bakti.

Shakir, R. (2009): Soft skills at the Malaysian institutes of higher learning. *Asia Pacific Education Review*, 10, pp.309–315

Sharifirad, R, G., Rezaeian, M., Jazini, A., Etemadi, S, Z. (2012): Knowledge, attitude and performance of academic members regarding effective communication skills in education. *Journal of Education and Health Promotion*, (1), pp.8-13

Veresné, Somosi, M et al., (2022): Skill Ecosystem Strategy. In *Development of a Skill Ecosystem in the Visegrad Four Countries – PROSKILL*. pp. 104–171.

Ward, C. & W. Searle. (1991): The Impact of Value Discrepancies and Cultural Identity on Psychological and Sociocultural Adjustment of Sojourners. *International Journal of Intercultural Relations*, 15(2), pp. 209–224. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(91\)90030-k](https://doi.org/10.1016/0147-1767(91)90030-k)

Williams, T.R. (2005): Exploring the Impact of Study Abroad on Students' Intercultural Communication Skills: Adaptability and Sensitivity. *Journal of Studies in International Education*, 9(4), pp. 356-371. doi: 10.1177/1028315305277681

AZ IDEGENNYELV-TANULÁS MOTIVÁCIÓI ÉS GÁTLÓ TÉNYEZŐI

Szabó Szilvia

PhD hallgató

Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar,
Marketing és Turizmus Intézet

1. Bevezetés

Ma már közhelynek számít az a sajnálatos tény, hogy Magyarországon a közoktatás minden előremutató törekvése ellenére még mindig igen kevesen beszélnek idegen nyelveken és a meglévő nyelvtudás szintje sem a felsőfok (KER C1) irányába mozdul el. Az EUROSTAT 2018. évi statisztikája szerint a magyar lakosság 58 százaléka nem beszél egy idegen nyelven sem és csak 2,7 százaléka kompetens három vagy több idegen nyelven. A statisztikai adatok tanúsága szerint nyelvtudás tekintetében a legrosszabb helyen érthető módon a britek állnak, hiszen az ő anyanyelvük egy világnyelv, a legjobb helyet a svédek foglalják el azzal, hogy a lakosság 97 százaléka beszél legalább egy idegen nyelvet. A nyelvtanulás során a nyelvválasztás tekintetében mindenhol első az angol nyelv hiszen ez az üzleti élet és a tudomány egyezményesen elfogadott nyelve.

Számos külső motivációs tényező hat a teljesítményképes nyelvtudás elengedhetetlen megszerzésének irányába – Magyarországon a felvételinél szerezhető plusz pontok, a felsőoktatási képzési és kimeneti követelmények előírásai, de a nemzetközi szintén is jelen van az idegen nyelvi kompetencia meglétének szükségessége az idegen nyelven lebonyolított állásinterjúkon, az adott pozíció megpályázásához szükséges dokumentáció (CV, motivációs levél, munkaterv stb.) idegen nyelven történő megírásánál.

A nyelvtanulás rendkívül időigényes, sok energiabefektetést igénylő tevékenység. A már a munkaerő piacon lévő felnőtt nyelvtanulók sokszor nehezen találnak időt a tanulásra és az időbeosztásuknak megfelelő képzési formákat.

A továbbiakban igyekszem feltárni és elemezni, hogy mik lehetnek az idegennyelv-tanulás motivációi és a gátló tényezői.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1. A motiváció szerepe az idegennyelv-tanulásban

A szakirodalomban nagyon sokféle definíció található a motivációra, azaz minden tudományág kicsit eltérően közelíti meg ennek meghatározását.

Bárdos (2000, 242. o.) az alábbiak szerint definiálja „A motiváció tehát egy belső lökötés, egy kényszer, amely mögött valamilyen impulzus, valamilyen érzelem munkál, amely cselekvést vált ki. Ez a késztetés lehet általános is, de kötődhet konkrét szituációkhoz vagy feladatokhoz is.”

Barkóczi és Putnoky (1980, 193–195. o.) szerint: „A motiváció szó a latin „movere” igéből ered, ami mozogni, mozgatni, kimozdítani jelentéssel bír. Motiváción azt a tudatosult ösztönzést értjük, ami egy meghatározott cselekvésre irányul.”

A motiváció elmélet szerint a motiváció alakítja az emberi magatartás és cselekvés mechanizmusát. A motivációnak két fő osztályát különböztetik meg: belső és külső, a cselekvés végrehajtásának okai vagy céljai szerint (Deci, 1975). A személyes tényezőknél együtt van jelen a belső és külső motiváció, ami az egyén pszichológiai folyamataihoz és konkrét szociális fejlődési keretéhez kapcsolódik. A motivációt „ismereti és érzelmi izgalom állapotaként lehet leírni, ami elvezet a cselekvésről hozott tudatos döntéshez, és ami kitartó intellektuális, illetve fizikai erőfeszítés időszakához vezet az előzőleg kitűzött célok elérése érdekében” (Williams és Burden, 1997). Ennek megfelelően a nyelvtanulásban is a motiváció a felelős azért a vágyért, ami rávesz, hogy bizonyos cselekvéseket megtegyünk, mint például: beiratkozás egy nyelvtanfolyamra, hírek idegen nyelven történő olvasása, nyelvgyakorlás stb., és azért is, hogy mennyi erőfeszítést hajlandó a tanuló invesztálni ezekbe a cselekvésekbe (Dörnyei, 2001). A motivációba beletartozik a sikerélmény igénye, az önbizalom, az alkalmasság, az észlelt kompetencia, az okozati hozzárendelések, az önhatékonyság, a cselekvés észlelt értéke, a cselekvés érzése, az attitűd és az aggodás,

valamint olyan külső tényezők, mint a jutalmak és maga a környezet (Dörnyei, 2001, Williams és Burden, 1997). A motiváció „az, ami rávesz egy embert arra, hogy meghozzon bizonyos döntéseket, hogy cselekedjen és kitartson a döntése mellett” (Ushioda, 2008). A motiváció olyan erő, amely a célorientált magatartást aktiválja, ösztönzi, irányítja és megtartja (González, 2008; Marshall, 2010; Woon és tsai, 2016). A motiváció nagyon összetett pszichológiai folyamat, amibe beletartozik az idegrendszeri aktivitás, a kognitív és érzelmi terület, valamint olyan állandó személyiségi vonások, amelyek segítségével az emberek a környezetükkel kommunikálnak (Fredy, Luz, Angela, 2019). Ennek a pszichológiai folyamatnak az egyén szükségleteinek kielégítése a célja, és ez vezérli a magatartásukat.

2.2. Az idegennyelv-tanulás gátló tényezői

A nyelvi szorongás – negatívan hat a befogadás folyamatára, csökkenti a kockázatvállalási hajlandóságot és önbecsülést, előidézhetheti az önbizalom hiányát.

Valamilyen mértékben a szorongás a nyelvtanulási folyamat természetes velejárója, ennek ellenére a nyelvtanulók túlságosan egyéni különbségeket mutatnak a tekintetben, mennyire szoronganak a nyelvórákon vagy egyéb szituációkban, amikor az idegen nyelvet alkalmazzák (Tóth, 2015).

A szorongással küzdő nyelvtanulók esetében számos téves hiedelem, mint például a kudarc, a sikertelenség figyelhető meg az idegennyelv-tanulása során (Tar, 2015).

Nemzetközi szinten is még mindig sok negatív tényező hátráltatja az angol tanítás és tanulás hatékonyságát. Nem jut elég idő az angol nyelvi tantárgyakra; hiányzik a beszéd-komponens a teszteken és vizsgákon; valamint ilyen gátló tényező még a tanulók eltérő képessége; a nagy osztálylétszám; az egyetemi vezetők részéről a korlátozott támogatás; és a tanulók korlátozott erőfeszítése és motivációja (Hong Thi, Heather, Wendy, 2015).

A magyar nyelvtanulók esetében Kelemen (2013) számos olyan tényezőt említ, amelyek hátráltatják az idegennyelv-tanulást, mint például a motiváció és az idő hiánya, valamint a magas költségek.

A felnőtt nyelvtanulók elfelejtettek tanulni ezért szükséges egy megfelelően kiválasztott módszertan és tanulási stílus. Újra meg kell őket tanítani tanulni. Meg kell nekik tanítani a nyelv elsajátítását, a vele kapcsolatos információk tárolását, előhívását vagy használatát, mely eredhet a megfelelő tanulási stratégia hiányából. Az is lehet, hogy nem megfelelő a szociokulturális háttér.

Továbbá fontos megemlíteni a tanulók motivátlanságát, mely az érdeklődés hiánya, a nyelvtanulás hasznosságának be nem látása, a nyelvtudás, mint érték el nem ismerése lehet.

A viselkedési szokások is szerepet játszhatnak az idegennyelv-tanulásban, azaz sok esetben hiányzik a tanuló kitartása, illetve érezhető az erőfeszítés hiánya.

Összegezve tehát az idegennyelv-tanulás gátló tényezői a szakirodalomban: szorongás, kudarc, sikertelenség, eltérő képesség, magas költségek, motivátlanság, kitartás hiánya, időhiány, érdeklődés és erőfeszítés hiánya.

Mindezek alapján az alábbi kutatási kérdést fogalmaztam meg:

Melyek az idegennyelv-tanulás motivációi és gátló tényezői a hazai gyakorlatban?

3. Módszertani megközelítés

3.1. Mérési konstrukciók

Az idegennyelv-tanulás iránti motiváció és a nyelvtanulás gátló tényezőinek mérése során ötfokozatú Likert-skála került alkalmazásra, ahol az 1-es érték az egyáltalán nem, az 5-ös érték pedig a rendkívüli mértékű egyetértést jelenti.

3.2. Mintavétel és minta

A mintavételre online módon, a Google Forms alkalmazásával, hólabda módszer használatával került sor. A válaszadók száma: 516 fő. A tanulmányban levont konklúziók főleg a nőkre vonatkoztathatók, mivel a mintában a nők erőteljesen felülreprezentáltak (férfiak 27% – nők 73%), ugyanakkor az alapsokaságban a férfiak (3.128.564 fő) 50% és a nők (3.140.579 fő) aránya közel megegyezik (Központi Statisztikai

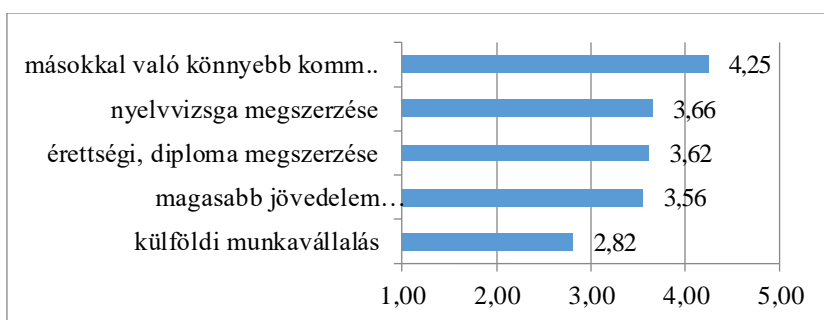
Hivatal, 2020). Az iskolai végzettség tekintetében a többség felsőfokú végzettséggel rendelkezett (68%), de a mintában megjelentek más végzettség típusok is – 4%-a alacsonyabb, 28%-a középfokú. A foglalkozás változót tekintve felülreprezentáltak a szellemi munkát végző beosztottak (57%), de szerepelnek benne tanulók (19%), közép, vagy felsővezetők (11%), munkanélküliek (5%), vállalkozók (4%) és fizikai munkát végzők (4%) is.

2020. január 1-én a magyar népesség átlagéletkora 42,8 év volt (Központi Statisztikai Hivatal, 2020). A válaszadók átlagos életkora a mintában ettől 6,4 évvel alacsonyabb (36,4 év). Mivel tevékenységem az észak-alföldi régióhoz köt, a mintavétel praktikusán is ennek megfelelően történt; ebben a régióban volt a legtöbb válaszadó (18%). A kutatás legfontosabb korlátját a nem reprezentatív minta képezi, amely miatt a levont következtetések nem általánosíthatók, csupán a válaszadókra érvényesek. Magyarországon a idegen nyelvet tanulók megoszlására vonatkozó adatok nem állnak rendelkezésre, ami nem teszi lehetővé a reprezentatív minta kialakítását.

4. Elemzés és eredmények

A kutatás eredményei szerint a megkérdezettek számára egyértelműen fontos az idegennyelv-tanulás ($\bar{x}=4,52$). A mintában szereplő nyelvtanulók sajnos még mindig nem ismerték fel azt, hogy a megfelelő nyelvi szint elérése fáradtságos munkával jár, azaz kevésbé szeretnek nyelvet tanulni ($\bar{x}=3,81$), és még kevésbé motiváltak a nyelvtanulás iránt ($\bar{x}=3,76$). A szórás ($\sigma=0,72$) azt jelzi, hogy a véleményekben igazán nagy eltérés nem tapasztalható.

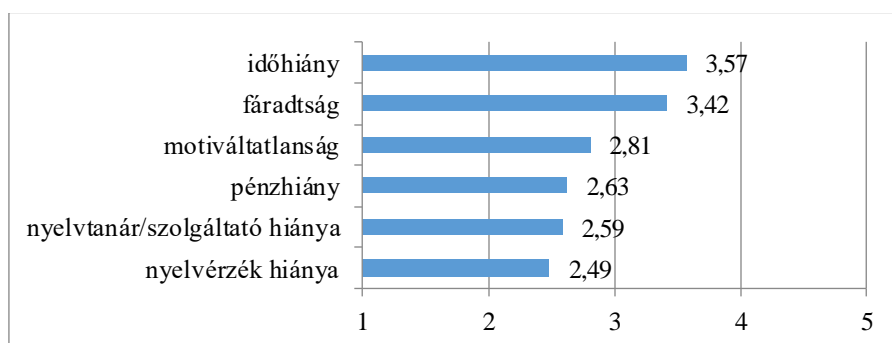
A nyelvtanulás legfontosabb motivációja a másokkal való könnyebb kommunikáció ($\bar{x}=4,25$), amelyet a nyelvvizsga-bizonyítvány megszerzése ($\bar{x}=3,66$) és a középiskolai érettségi/diploma megszerzése követ ($\bar{x}=3,62$). A magasabb jövedelem ($\bar{x}=3,56$) és a külföldi munkavállalás ($\bar{x}=2,82$) bizonyult a leggyengébb indítéknak/motivációnak az idegen nyelvek tanulásában a felmérés szerint (ld. 1. ábra).



1. ábra: Nyelvtanulási motivációk

Az eredmények (ld. 2. ábra) alapján megállapítható, hogy a nyelvtanulásban legerősebb gátló tényező az idő hiánya ($\bar{x}=3,57$), melyet a fáradtság követ ($\bar{x}=3,42$). Továbbá azt is megállapítottam, hogy a motiválatlanság ($\bar{x}=2,81$) és a pénzhiány ($\bar{x}=2,63$) közepesen akadályozó tényező a nyelvtanulásban.

Ennél is kevésbé gátló tényező a hozzáértő nyelvtanár/szolgáltató hiánya ($\bar{x}=2,59$). A válaszadás alapján a legkevésbé akadályozó tényező a nyelvérték hiánya ($\bar{x}=2,49$).



2. ábra: Nyelvtanulást gátló/akadályozó tényezők

4.1. Faktoranalízis

4.1.1. Idegennyelv-tanulási motivációk

A nyelvtanulási motivációk stuktúrálásának feltárása faktoranalízissel történt. Első lépésként a KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) érték meghatározására került sor azért, hogy megbizonyosodjam arról, alkalmasak-e a kiválasztott válaszok a faktoranalízisre. Bartlett teszttel mutattam ki, hogy az elemzésbe bevont változók a közöttük fennálló szignifikáns kapcsolat miatt ($p=0,00$), alkalmassá teszik a mintát a faktorelemzésre.

Jelen esetben 0,613 a KMO, ami alapján a változók megfelelőnek tekinthetők $KMO > 0,6$ (Varga és Szilágyi, 2011), tehát alkalmasak a faktoranalízisre. A főkomponens eredményeként két faktor keletkezett, melyek a teljes variancia 69,564%-át magyarázzák. Az egyik komponensbe az érettségi/ diploma és a nyelvvizsga megszerzése, a másikba a külföldi munkavállalás, másokkal való könnyebb kommunikáció és a magasabb jövedelem megszerzése tartozik.

Az érvényes válaszok alapján a faktorelemzésből megállapítható, hogy a nyelvtanulók számára kétfajta motiváció létezik. Az egyik az, hogy a nyelvtanulót az iskolai végzettség és a nyelvvizsga-bizonyítvány, azaz a „papír” megszerzése motiválja. A másik motiváció oka a külföldi munkavállalás, a külföldiekkel történő kommunikáció vagy a magasabb fizetés, vagyis a nyelvismeret gyakorlati alkalmazása (ld. 3.ábra).

Megnevezés	Komponens	
	Komponens 1 - („papír”)	Komponens 2 – (a nyelvismeret gyakorlati alkalmazása)
érettségi/diploma megszerzése	,917	,019
nyelvvizsga megszerzése	,888	,199
külföldi munkavállalás	,219	,702
másokkal való könnyebb kommunikáció	-,187	,791
magasabb jövedelem megszerzése	,286	,725
n = 516		
Rotációnak a módszere: Varimax (Kaiser)		

3. ábra: Nyelvtanulási motivációk

4.1.2. Idegennyelv-tanulási gátló tényezők

A gátló tényezők vizsgálatához szintén a főkomponens elemzést használtam. A KMO=0,627, ami alapján a változók megfelelőnek tekinthetők (KMO>6), tehát alkalmasak a faktoranalízisre. A Bartlett tesztnek az eredménye azt mutatja, hogy az elemzésbe bevont változók között szignifikáns kapcsolat létezik ($p = 0,00$), mely megerősíti a minta alkalmasságát a faktorelemzésre.

Az elemzés (ld. 4.ábra) eredményeként 5 változóból kettő faktor komponens keletkezett, amelyek a teljes variancia 66,610 %-át magyarázzák.

Megnevezés	Komponens	
	Komponens 1 – („hiány”)	Komponens 2 – (nem megfelelő idő-és energiabeosztás)
motiválatlanság/motiváció hiánya	,764	,168
hozzáértő nyelvtanár/szolgáltató hiánya	,763	-,040
nyelvérzék hiánya	,752	,143
időhiány/időbeosztás	,016	,883
fáradtság	,184	,857
n = 516		
Rotációnak a módszere: Varimax (Kaiser)		

4. ábra: Nyelvtanulást gátló tényezők

A cikkemben megfogalmazott kutatási kérdésre az alábbi válasz adható:

Melyek az idegen-nyelvtanulás motivációi és a gátló tényezői a hazai gyakorlatban?

A kapott eredmények alapján kijelenthető, hogy a válaszadók idegennyelvtanulás motivációi a „papír” megszerzése és a nyelvismeret gyakorlati alkalmazása, gátló tényezői pedig a „hiány” és a „nem megfelelő idő- és energiabeosztás”.

5. Következtetések

A kutatási eredményekből levont következtetések alapján megállapítható, hogy az idegennyelv-tanulásban két csoportba lehet sorolni a gátló tényezőket. Az első csoportba tartozik a motiválatlanság/motiváció hiánya, a hozzáértő nyelvtanár/szolgáltató hiánya, továbbá a nyelvérzék hiánya. A második csoportba az időhiány/időbeosztás és a fáradtság tartozik. Az idő hiánya fakadhat akár a zsúfolt munkahelyi időbeosztásból is, de meg kell említeni azt is, hogy az időhiány az élet különböző területein sok esetben csak kifogás, hiszen az ember arra fordítja az idejét, amit szeret, vagy arra, amiben motivált.

Globalizált világunkban a kulcskompetenciák közül az egyik legfontosabb az idegennyelv-tudás. Már a nyelvtanulás kezdetekor lényeges a nyelv tanulási folyamat pontos tervezése, elsőként a célok meghatározása és az esetleges gátló tényezők számbavétele. Ajánlott, hogy a nyelv tanárok csak a fentiek ismeretében kezdjék el az oktatást. A multinacionális cégeknél oktató tanároknak meg kell ismerni az oktatott munkavállaló helyét és pontos feladatát az idegennyelvű céges kommunikációban, a cég elvárásait az adott nyelvoktatással kapcsolatban. Az online felmérés eredményei azt bizonyítják, hogy a nyelv tanuló felismerik a nyelv tanulás szükségességét. Ezért a nyelv tanulási folyamat sikeressége érdekében már az oktatási folyamat kezdetén ki kell tűzni az elérendő célt, tudatosítani kell bennük, hogy miért tanulják az idegen nyelvet, mi is a motivációjuk. Amennyiben nyomós okuk van rá – utazni szeretnének, más kultúrákkal és emberekkel kommunikálni, szeretnének egy jó könyvet/filmet az eredeti nyelven olvasni/megnézni, vagy jobb munkalehetőségre vágnak – akkor interiorizálódik a nyelv tanulás iránti motiváció.

A cikk bevezetésben utaltam arra, hogy a sikeres idegennyelv-tanuláshoz elengedhetetlen a motiváció. A kutatási eredmény alapján

a válaszadók a legfontosabb motivációnak a másokkal való könnyebb kommunikációt tartják.

Nyelviskolám tevékenysége a lakossági nyelvtanulási igények kielégítése mellett a multinacionális cégeknek nyújtott nyelvi szolgáltatásokra, ezen belül is a nyelvoktatásra fókuszál. E sajátos piac által támasztott követelményeknek megfelelni csak folyamatos igényfelméréssel, a nyelvtanulási szokások változásának követésével lehetséges, a változásokra történő azonnali reagálással lehet. A cégek és munkavállalók sikeressége nagymértékben függ a különböző anyanyelvű munkatársak zavartalan belső kommunikációjától, melynek eszköze korunk lingua francája, az angol nyelv. Az egyén szakmai előmenetele, egy jobb pozíció elérése nagyban függ teljesítményképes nyelvtudásától. A kutatási eredmény is megerősíti, hogy ennek a célnak az eléréséért tanulnak idegen nyelvet sokan a felnőttképzésben.

A kutatási eredményeim megerősítik a Kelemen (2013) tanulmányában bemutatott gátló tényezőket, azaz a magyar nyelvtanulók esetében számos olyan akadály létezik, mely hátráltatja az idegennyelv-tanulást, mint például a motiváció és az idő hiánya.

Irodalomjegyzék:

Barkóczi, I. és Putnoky, J. (1980.) Tanulás és motiváció, Tankönyvkiadó, Budapest, 193–195.

Bárdos, J. (2000.) Az idegen nyelvek tanításának elméleti alapjai és gyakorlata, Nemzeti Tankönyvkiadó Budapest, 242.

Deci, E. L. (1975.) Intrinsic motivation. New York: Plenum

Dörnyei, Z. (2001.) Motivational strategies in the language classroom. Cambridge, UK: Cambridge University Press

Nguyen Hong Thi, Fehring Heather, Warren Wendy (2015). EFL Teaching and Learning at a Vietnamese University: What Do Teachers Say? English Language Teaching; Vol 8, No.1

EUROSTAT, (2018.) <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20180926-1>

Fredy, G.E.F., Luz, D. M., Angela, J. S. V. (2019). Motivation and E-Learning English as a foreign language: A qualitative study

Gonzalez, D., (2008.) Psicología de la motivacion. Editorial Ciencias Medicas, La Habana

Kelemen Krisztián, (2013.) A tudatos nyelvtanulás – a nyelvi tudatos-ság és a motiváció szerepe a sikeres nyelvtanulásban, Neveléstudományi és Szakmódszertani Konferencia

Központi Statisztikai Hivatal (2020.) 22.1.1.3. Népeség korév és nem szerint https://www.ksh.hu/stadat_files/nep/hu/nep0003.html

Marshall, R., (2010.) Motivacion y Emocion, 5ta ed. McGraw Hill, Mexico

Tar Ildikó (2015.) Az idegennyelv-tanulási stratégiák választásának összefüggései a nyelvtanulási tapasztalattal és a szorongással. Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi Kar Gazdasági Szaknyelvi Kommunikációs Intézet

Tóth Zsuzsa (2015.) Befolyásolja-e a szorongás a nyelvtanulás eredményességét? Modern nyelvoktatás 21. évf.1. sz.

Ushioda, E. (2008.) Motivation and good language learners in C. Griffiths, ed. Lessons from the good language learner (pp. 19–34). Cambridge, UK: Cambridge University Press

Varga Beatrix, SZILÁGYI Roland (2011.) Kvantitatív információképzési technikák, Nemzeti Tankönyvkiadó

Williams, M., Burden, R. (1997.) Psychology for Language Teachers: A Social Constructivist Approach. Cambridge, UK: Cambridge University Press

Woon, L., Wang, J., Ryan, R. (Eds.), (2016.) Building Autonomous Learners. Perspectives from Research and Practice Using Self-Determination Theory. Springer, New York

EGYETEMI HALLGATÓK FOGYATÉKOSSÁGGAL ÉLŐKKEL KAPCSOLATOS BEFOGADÓ ATTITÚDJÉNEK VIZSGÁLATA A MISKOLCI EGYETEM KÉT KIVÁLASZTOTT KARÁN TANULÓK ESETÉBEN

Dr. Bihariné Kalászdi Beáta

PhD hallgató

Miskolci Egyetem, Marketing és Turizmus Intézet

1. Bevezetés

Simplican és társai (2015) összefoglaló meghatározása alapján a fogyatékossgal élők társadalmi inklúziójának célja az egészséges és fogyatékossgal élők emberek közötti interperszonális kapcsolatok növelése, illetve a fogyatékossgal élők részvételének támogatása a társadalomban. A befogadó magatartás alapja az inkluzív attitűd. Ha a társadalmi attitűdök pozitívak a fogyatékossgal élők felé, az elősegíti társadalmi befogadásukat, ha azonban negatívak, súlyosan akadályozhatják a társadalmi befogadást, a hátrányok tartóssá és általánossá válását eredményezve (Findler, Vilchinsky és Werner, 2007). Azaz a legelkötelezettebb állami szándék sem elegendő a fogyatékossgal élők hatékony társadalmi befogadásának megvalósítására, ha a többségi társadalom tagjai előítélettel, diszkriminatív hozzáállással fordulnak a fogyatékossgal élők felé, azaz negatív attitűddel viseltetnek irányukban. Lu és Kim (2017) szintén hangsúlyozza a fogyatékossgal élőkkel szembeni attitűdök megismerésének fontosságát, mivel ezen attitűdöknek a szerzők szerint közvetlen hatásuk van a fogyatékossgal élők társadalmi befogadására.

2. Szakirodalmi előzmények

A fogyatékossgal élők személyekkel kapcsolatos társadalmi attitűdök szakirodalmi kutatási előzményeit vizsgálva, a továbbiakban röviden összefoglalom a legfontosabb eredményeket. Bogdan és Biklen (2013) szerint a társadalom attitűdje egyre elfogadóbb a fogyatékossgal élők

személyek irányába, hiszen kutatási eredményeik alapján szinte minden országban pozitívabbá vált a többségi társadalom megítélése ez irányban, jóllehet kultúrától függően változó mértékben, illetve időben is heterogén módon.

Magyarországon több országos kutatás is zajlott a fogyatékosokkal szembeni attitűd mérésére, például Illyés és Erdősi (1986) budapesti reprezentatív mintán vizsgálta a kérdést. Ezen kutatás tanulmányai szerint az értelmi fogyatékosok megítélése volt a legkedvezőtlenebb az 1980-as évek végének Magyarországon. A testi fogyatékosokkal kapcsolatban az a tendencia rajzolódott ki, hogy minél szembeötlőbb a fogyatékoság fizikailag, annál elutasítóbbak voltak az adott személlyel szemben a megkérdezettek. Azaz a kerekesszékeseket nehezen elfogadhatónak minősítették, a leginkább elfogadóak pedig a látássérültekkel szemben voltak. Kegye és társai (2013) majdnem 30 évvel később Bogardus-skála segítségével vizsgálták a társadalmi attitűdöket, melynek során már más eredményeket kaptak. Ekkor a megkérdezettek a mozgássérültekkel szemben voltak a leginkább toleránsak, ezt követte az érzékszervi fogyatékosokkal élők elfogadása. A legnegatívabb attitűddel ezen kutatás szerint is az értelmi fogyatékosokkal szemben rendelkeztek a megkérdezettek. Séllei (2015) 1.000 fős országos mintán végzett kutatása szintén a Kegye (2013) által kapott eredményeket igazolta. A legelfogadottabb csoport a mozgássérültek, közepesen elfogadottak az érzékszervi fogyatékosok, és a legkevésbé elfogadottak az értelmi fogyatékosok voltak. Ennek oka Séllei szerint az lehet, hogy a mindennapokban a legtöbb ember a mozgássérültekkel találkozik, illetve hogy a velük való kommunikáció ütközik a legkevésbé akadályba. A látás-és hallássérültekkel való kommunikáció már nehezebb, nagyobb erőfeszítéseket igényel. Az értelmi fogyatékosok pedig megjelenésben is erősen eltérnek a megszokottól, valamint a kommunikáció is erősen neheztelt esetükben, ráadásul ők az a csoportja a fogyatékosokkal élőknek, akiknek a legkisebb esélyük van az önellátásra, azaz a társadalmi hasznosság szempontjából a leginkább negatívan minősíthetők. Pusztai és Szabó (2014) tanulmánya Magyarország, Románia és Ukrajna magyar és nem magyar nyelvű felsőoktatási intézményeiben vizsgálta a hallgatók befogadó attitűdjét. Három dimenzió mentén határozták meg az elfogadás mértékét (anyagi támogatás, nem anyagi támogatás és együttlakási hajlandóság). A kutatás

eredményei szerint a magyarországi hallgatók érték el a legalacsonyabb szintet az inkluzív attitűd terén, míg a romániai hallgatók minősültek a leginkább befogadónak. Egyéb változók tekintetében kimutatták a nők elfogadóbb attitűdjét, valamint a magukat vallásosnak minősítők pozitívabb viszonyulását a fogyatékossgal élő társaik felé. Szintén a felsőoktatás területén vizsgálta a befogadás mértékét Séllei (2018) tanulmánya, melyben a Budapesti Műszaki- és Gazdaságtudományi Egyetem hallgatói körében végzett kutatást a szerző, a hallgatók fogyatékossgal élő társaikkal szembeni elfogadó attitűdjének mértékét vizsgálva. A kutatás eredményei alapján a hallgatók elfogadásának mértéke normál eloszlást követ, nem voltak kiugróan magas vagy alacsony értékek. A fogyatékossgal típusa szerinti elfogadás igazolta az előzőekben ismertetett kutatási eredményeket, azaz a legkevésbé toleránsak az értelmi fogyatékosok iránt voltak a hallgatók, ezt követte a pszichés zavarokkal élők megítélése. A leginkább elfogadók a mozgássérültek és a látás-hallássérültek iránt voltak a hallgatók. Az eredményeket nem befolyásolta a nem, a lakóhely, sem pedig az egyetemi kar jellege, amelyen a válaszadó tanul. A fent ismertetett attitűdvizsgálatok során a szerzők jellemzően a Bogardus-féle társadalmi távolság skálát, valamint a Yaker és társai által kifejlesztett ATDP (Attitudes Towards Disabled Persons) skálát alkalmazták (Illyés és Erdősi, 1986; Kegye és társai, 2013; Séllei, 2015 és 2018).

3. Operacionalizálás

A Bogardus-féle társadalmi távolság skálát Emory Bogardus alkotta meg 1924-ben, elsősorban az előítéletesség kvantitatív mérőeszközeként. Első nagyszabású kutatását (25 amerikai egyetemre kiterjedően) 1926-ban végezte vele. Ez az egyik legrégebbi attitűdmérő eszköz a társadalomtudományban, a mai napig széleskörűen alkalmazott (Wark, Galliher 2007.). Az eredeti nemzetiségi előítéletesség témakörén túl az eltelt évtizedekben számos csoporttal szembeni attitűd mérésére alkalmazták, így a fogyatékossgal élők megítélésének vizsgálatára is (amint arra a szakirodalmi előzmények között is említettünk hazai példákat). A Bogardus skála lényege, hogy 5 -7 állítást fogalmaz meg az adott társadalmi csoportról, melyeket a megkérdezettnek mi-

nősítenie kell, aszerint, hogy elfogadja-e vagy sem. Az állítások egymásra épülnek olyan módon, hogy egyre szorosabb társadalmi kapcsolatot feltételeznek a szóban forgó csoporttal. A legszorosabb kapcsolat a házasság lehetősége („Elfogadná házastársának”), a legtávolabbi pedig a megkérdezett országtól való távoltagezés („Még turistaként sem engedné be az országba”). A skála alkalmazása során feltételezzük, hogy amely megkérdezett egy szorosabb kapcsolatot elfogad, az a kevésbé szoros kapcsolatot is vállalná (például ha elfogadná barátjának, akkor szomszédként is elfogadná).

4. Kutatási kérdések

Az ismertetett szekunder források alapján került megtervezésre és lebonyolításra saját empirikus primer kutatásom. A kutatási kérdések a szakirodalmi előzményeken alapulva a következők voltak:

1. Hogyan alakul a különböző fogyatékosági csoportok elfogadásának preferencia sorrendje a Miskolci Egyetem megkérdezett hallgatói körében?
2. Befolyásolja-e a sorrendi választásokat a megkérdezett hallgatók neme, illetve tanulmányi szakja?
3. Befolyásolja-e a válaszadó hallgatók neme az inkluzív attitűdöt?
4. Befolyásolja-e a válaszadó hallgatók által végzett szak az inkluzív attitűdöt?

5. Primer kutatás és eredményei

A 2021. őszén megvalósított kérdőíves kutatásom során a Bogardus-féle társadalmi távolság skálát alkalmaztam. A Miskolci Egyetem hallgatói körében történt lekérdezés önkényes mintavétellel történt, az általam elérhető hallgatói csoportok számára küldtem ki a kérdőívet. A kutatásban a Gazdaságtudományi Kar, valamint a Gépészmérnöki és Informatikai Kar hallgatói vettek részt. Mivel jelen kutatás elsődleges célja a kérdőív tesztelése volt, illetve egy későbbi komplex kérdőívcsomag előkészítése, a mintavétel módja – különösen a járványhelyzet adottságaira való tekintettel – szükséges és elfogadható megoldást jelentett, természetesen szem előtt tartva, hogy az elemzés eredményei

nem általánosíthatók, csak a mintára vonatkozóan tehetünk releváns megállapításokat.

A válaszadók 50 %-a (64 fő) gazdasági képzésben, 50 %-a (64 fő) pedig műszaki képzésben vett részt. A képzési szintek szerinti megoszlás a következő volt: felsőoktatási szakképzésben (FOSZK) tanult a megkérdezettek 44 %-a, alapképzésben (BA/ BSc) a válaszadók 45 %-a, mesterszakon (MA/ MSc) 10 %, illetve egy válaszadó PhD képzésben vett részt. A megkérdezettek 70%-a férfi, 30%-a pedig nő volt.

A fogyatékoság típusa szerinti elfogadottság rangsorát kétféleképpen állapítottam meg a kapott eredményekből. Az egyik eljárás során összegeztem a Bogardus skála kérdéseire kapott válaszokat fogyatékosági típus szerint, figyelembe véve, hogy minél magasabb összesített pontszámot ért el az adott csoport, annál nagyobb a kívánt társadalmi távolág a válaszadók részéről irányukba. Ezen eredmény ellenőrzésére pedig a kérdőív elején egy hat elemű rangsor-skálát is lekérdeztem, amelyben az volt a feladat, hogy állítsák preferencia sorrendbe a fogyatékosági típus szerinti csoportokat. Itt a legalacsonyabb érték jelezte a legalacsonyabb mértékű elfogadást (az eredményeket természetesen ennek megfelelően a Bogardus skálához képest fordított módon kellett értelmezni). A kapott eredmények az alábbi preferencia sorrendet alkották meg a kérdőív kitöltőire vonatkozóan.

1. táblázat: A minta preferencia sorrendje fogyatékosági típus szerint

Ssz.	Fogyatékosági csoport	Bogardus skála összpontszám	Férfi pontszámok	Női pontszámok
1.	Mozgássérültek	136	93	43
2.	Hallássérültek	139	95	44
3.	Látássérültek	141	101	40
4.	Autisták	207	152	55
5.	Mentálisan sérültek	225	164	61
6.	Értelmi fogyatékosok	230	164	66

Az első kutatási kérdésre adott válaszként tehát megállapíthatjuk, hogy a Miskolci Egyetem megkérdezett hallgatói a mozgássérültekkel szemben a legelfogadóbbak, a legkevésbé pedig az értelmi fogyatékosokkal szemben. Fontos megjegyeznünk ugyanakkor, hogy egy éles határvonal mentén kettéosztható a hat fogyatékosági csoport. Míg az első három helyezést elérő csoportok kumulált pontszámai között kis különbségek mutatkoznak (3- 5 pont), addig a negyedik helyezést elért csoport kumulált pontszáma már majdnem 70 ponttal tér el az első helyen szereplő csoportétól, az utolsó csoporté pedig 94 ponttal.

A második kutatási kérdést vizsgálva a nemek szerinti preferencia sorrendet hasonló eljárással állapítottam meg. A férfiak rangsorolása megegyezett a teljes minta rangsorával, a nőknél pedig egy kis átrendezés mutatkozott az első három helyen: körükben a látássérültek kerültek az első helyre, a mozgássérültek a második helyre, a hallássérültek pedig a harmadik helyre. Meg kell jegyeznünk ugyanakkor, hogy ebben az esetben is nagyságrendileg kis mértékű pontszámbeli eltérésekről van szó.

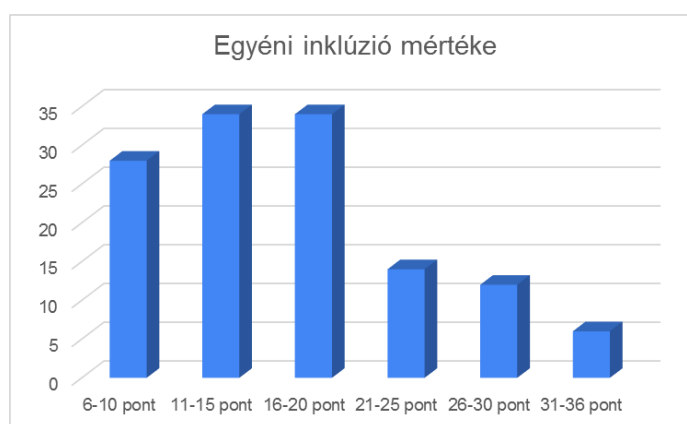
A karonkénti rangsorokat megvizsgálva azt tapasztaljuk, hogy a műszaki szakok hallgatóinak sorrendje megegyezik a teljes minta sorrendjével, a Gazdaságtudományi Karon tanulóké pedig a második és harmadik hely tekintetében módosul: a második helyen a látássérültek, a harmadikon pedig a hallássérültek jelennek meg.

A második kutatási kérdésre válaszolva tehát mind a megkérdezettek neme, mind tanulmányuk jellege eredményez egy enyhe módosulást a rangsor első három helyén, melyek a pontszámokat tekintve viszont nem tekinthetők jelentős eltérésnek.

A kapott eredmények korrelálnak a szakirodalmi tapasztalatokkal, hiszen mintánkban is a mozgássérültek és az érzékszervi fogyatékosokkal élők alkotják a legelfogadottabb csoportokat, az értelmi fogyatékosok pedig az utolsó helyen szerepelnek valamennyi rangsorban. Ennek okát abban is látom, hogy az egyetemi hallgatók legkevésbé ezen csoporttal találkozhatnak, például az egyetemi környezetben is. Érdekes eredménye ugyanakkor a vizsgálatnak, hogy mennyire élesen elkülönül az első három és az utolsó három csoport eredménye, valamint az is, hogy a mentálisan sérült és az értelmi fogyatékos csoportok pontszámai nagyon közel esnek egymáshoz. Lehetségesnek tartom, hogy a későbbi lekérdezések során szerencsésebb lenne a „pszichés

problémákkal küzdő” kifejezést alkalmazni a „mentálisan sérült” megnevezés helyett, melyet azonban a Központi Statisztikai Hivatal vonatkozó statisztikai kiadványa alapján alkalmaztam jelen kutatásban (Mikrocenzus 2016).

A válaszadók egyéni inkluzív attitűdjét a Bogardus skála válaszaik mutatják, hiszen minél magasabb pontszámot ért el a megkérdezett a skálán, annál nagyobb társadalmi távolságot talál kívánatosnak a szóban forgó csoportoktól, azaz annál kevésbé jellemző rá a befogadó, inkluzív attitűd. Amint az 1. ábrán látható, a megkérdezettek elfogadásának mértéke a normál eloszláshoz képest pozitív ferdeséget mutat (Mo=10; Me=16,5; átlag=16,84), azaz a minta résztvevői a normál eloszlástól befogadóbb attitűdöt képviselnek.



1. ábra: Az egyéni inklúzió mértékének alakulása a mintában

Az elért pontszámok alapján három csoportba sorolhatjuk a válaszadókat:

- 6-15 pontig befogadó (31 fő)
- 16-25 pontig közepesen befogadó (24 fő)
- 26-36 pontig elutasító (9 fő)

A három csoport elemszámai is mutatják a megkérdezettek pozitív attitűdjét.

2. táblázat: A nők és férfiak megoszlása a mintában az egyéni inklúzió kategóriái alapján

	Nők	Férfiak
Befogadó	42,1 %	51,1 %
Közepesen befogadó	52,6 %	31,1 %
Elutasító	5,3 %	17,8 %

A nemenkénti eredményeket az eltérő nagyságrendű mintaelemszám miatt arányosítva, százalékos formában hasonlítottam össze. A nemek szerinti átlagok (nők=16,26; férfiak=17,09) alapján összességében a nők kis mértékben elfogadóbbnak bizonyulnak. Az inkluzív magatartást jelölő csoportokban a nemenkénti megoszlások az alábbiak szerint alakulnak, mely alapján a két szélső értéknél a férfiak aránya magasabb, a középső csoportban viszont a nőké.

A 3. számú kutatási kérdésre (Befolyásolja-e a válaszadó hallgatók neme az inkluzív attitűdöt?) tehát igennel felelhetünk a mintára vonatkozóan, azzal a megjegyzéssel, hogy egyik nem sem mutatkozott kiemelkedően befogadóbbnak a másiknál, inkább a választási preferenciáik terén mutatkozott mintázat.

Végül a hallgatók tanulmányainak jellegét vizsgáltam meg az inkluzív attitűdjük vonatkozásában. A műszaki szakokon tanuló hallgatók kis mértékben elfogadóbbnak bizonyultak, így a negyedik kutatási kérdésre is igennel válaszolhatunk, megjegyezve, hogy a különbség nagyságrendileg nem jelentős.

6. Összegzés

A fogyatékossgal élők sikeres társadalmi inklúziójának feltétele a társadalom szemléletbeli akadálymentessége, befogadó attitűdje. A tanulmány a legfontosabb szakirodalmi kutatási előzményeket követően a saját primer előkutatás eredményeit mutatja be. A mintában résztvevők egyéni inklúziójának mértéke a normál eloszlástól befogadóbb attitűdöt mutat, a fogyatékossgai típusok szerinti rangsor pedig korrelál a szakirodalmi tapasztalatokkal. A nemenkénti és tanulmányi karonkénti elemzések enyhén eltérő rangsort és egyéni inklúziós szintet mutattak. Figyelemre méltó a hat fogyatékossgai típus markáns elkülönülése – a mozgássérültek és érzékszervi fogyatékossgal élők magasabb szintű elfogadottsága mellett az autista, mentálisan sérült és értelmi fogyatékos személyek jóval nagyobb mértékű elutasítása.

A további célkitűzések között szerepel a skála nagyobb mintán történő lekérdezése a Miskolci Egyetem valamennyi karán tanuló hallgatók körében, kvótás mintavétel alkalmazásával, valamint egyéb változók bevonása a vizsgálatba, melyek hatással lehetnek a befogadó attitűdre.

Irodalomjegyzék

Bogdan, R., Biklen, D. (2013): Handicapism. Wappet, M., Arndt, K. (eds.): Foundations of disability studies. Palgrave Macmillan, New York. 1-16.

Findler, L., Vilchinsky, N., Werner, Sh. (2007): The Multidimensional Attitudes Scale Toward Persons With Disabilities (MAS): Construction and Validation. In Rehabilitation Counselling Bulletin, Vol. 50, No. 3, April 2007

Illyés, S., Erdősi, S. (1986): Az épek fogyatékos személy képe és fogyatékosokhoz való viszonya. In: Kolozsi B, Münnich I. (szerk.): Társadalmi beilleszkedési zavarok. Bulletin VI. Budapest. 3– 57.

Kegye, A., Megyeri, K., Németh, Sz., Szarvas, H., Pánczél, M., Szabados, T., Wéber A. (2013): Védett tulajdonságú csoportok hozzáféréseinek akadályai a közigazgatási döntéshozatalban. Egyenlő Bánásmód Hatóság, Budapest

Lu, J., Kim, K. H. (2017): Understanding Self-Report Multidimensional Attitudes Scale Toward People With Disabilities: An Exploratory Analysis. In Rehabilitation Psychology, Vol 62, No. 2, 110-118.

Mikrocenzus 2016. / 8. A fogyatékos és az egészségi ok miatt korlátozott népesség jellemzői, Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 2018.

Sélei, B. (2015): Az érzelmi intelligencia szerepe a foglalkozási rehabilitációban. Eötvös Loránd Tudományegyetem, Budapest. Doktori disszertáció.

Sélei, B. (2018): Szemlélet akadálymentesség a felsőoktatásban, In: Opus et Educatio, 5. évfolyam 1. szám

Pusztai, G., Szabó, D. (2014): Felsőoktatási hallgatók és fogyatékos-sággal élő társaik. In: Kapocs 2014. (13. évfolyam) 4. szám pp. 23-37.

Wark, C., Gallihier, J.F. (2007): Emory Bogardus and the Origins of the Social Distance Scale. In: The American Sociologist 38:383–395. DOI 10.1007/s12108-007-9023-9

A TARTALOMMARKETING TÖRTÉNETE

Hajdu Gergő

doktorandusz

Marketing és Turizmus Intézet

1. Bevezetés

Jelen dolgozat egy, a tartalommarketinget kutató empirikus kutatás részét képezi, amely több céllal bír. A szakmatörténeti szempontból jelentősebb és érdekesebb tartalommarketing példák révén, némileg esettanulmányyszerűen bemutatásra kerülnek a tartalommarketing eszközök múltbéli alkalmazásai, amelyek segíthetik a jelen marketingeseit, mind a konkrét eszközök, mind a követendő szemléletmód révén. Ezekkel a példákkal, és mérföldkövekkel jobban megérthetjük a tartalommarketing lényegét, jelentőségét, és mindemellett teljesebb, érdekesebb lesz a kutatássorozat egésze is. Az alábbiakban több szempont alapján áttekintjük a lényegesebb, tartalommarketinghez kapcsolódó múltbéli példák egy részét. Több „mércöldkövet”, illetve példát, azok kisebb jelentősége, valamint terjedelmi okok miatt csak táblázatokban szerepeltetnek.

2. A tartalommarketing

A tartalommarketing („CM”) még 2021-ben is fontos marketingmegoldásnak számít, és az előrejelzések szerint még 2022-ben is az lesz (Stahl, 2021). Hajdú (2018) azzal a jelzővel illeti a tartalommarketinget, hogy a XXI. század eszköze.

Napjainkban a kommunikációs zaj és a telítettség, amit a megszámlálhatatlan információözön okoz, valamint az internetezési szokások miatt felértékelődnek az új megoldások, mint például a vevő igényeire szabott, hitelesebb tartalmak (Hajdú 2018). Ahogyan Hajdú (2018) fogalmaz, a tartalommarketing az egyik képviselője a XXI. század működőképes vevőszerzési módszereinek. Ennek ellenére nem teljesen új,

és nem feltétlen csak online megnyilvánulása lehet (Palásti 2014 in Hajdú 2018).

A tartalommarketingnek, a nyereséget hozó vásárlói magatartás érdekében adott célközönséget kell bevonnia és megtartania, amelyet lényegében értékes és releváns tartalmak létrehozásával és terjesztésével érhet el (Content Marketing Institute 2011 in Hajdú 2018). Kiemelendő az értékes és releváns információközlés (Hajdú 2018). A tartalommarketing úgy is jellemezhető, mint egy marketing technika, amely értékes és hasznos tartalmak megosztásával kívánja biztosítani, hogy az eladó és a vevő is jól járjon (Hajdú 2018). A tartalmak Kotler és társai szerint (2017) segíthetik a vásárlót a céljainak az elérésében. Szurop (2013) inkább a vásárlást segítő jelleget emeli ki (Hajdú 2018). Az eltérő megfogalmazás abból eredhet, hogy Kotler és társai (2017) szerint a tartalmak lehetnek értékesítés támogatóak és márképítő céltűek is, vagyis némileg túlmutatnak az értékesítésen. A tartalmak elosztását illetően Kotler és munkatársai (2017) említik, hogy kifejezetten segítheti ezt a tevékenységet, ha cég esetleg az influencereket is bevonja a folyamatba.

A tartalommarketing szintje a tartalommarketing érettségi modelljével írható le (Paholski, 2014). Az első szint, a „megrekedés”, amikor kevés tartalmat osztanak meg, és az a kevés is márka centrikus, reklám jellegű. A „termelés” szinten az adott cég már a keresőoptimalizálás véggett intenzív tartalomgyártásba kezd. A harmadik szint a „használhatóság”, amikor a tartalmak már valóban értékesek a célcsoportnak. A negyedik a „történetmesélés”, amikor már a márka történetével igyekszik élményt generálni és érzelmileg vonzóvá válni a vevőknek. A legérdekesebb és legmagasabb szint, amikor a tartalmakkal már képest bevételt termelni a cég, és a tartalomalkotás egyértelműen jövedelmezővé válik. (Paholski, 2014)

Tartalmak lehetnek például a statikus weboldalak, videók, podcast-ok, blogok, szoftverek (Chaffey és Smith, 2013, Rowley 2008 in Lindström és Jörnénus 2016). Kranz és Pulizzi (2011) a cikkeket, elektronikus vagy nyomtatott magazinokat, az e-könyveket és a hírleveleket is megemlíti, lehetséges tartalomformaként.

3. A tartalommarketing jelentősebb eseményei a századforduló előtt és után

Noha a tartalommarketinget a XXI. század vevőszerzési eszközének tartják (Hajdú, 2018), gyökerei az 1800-as évekig nyúlnak vissza (értelemszerűen az internet elterjedéséig csak offline megnyilvánulásokról beszélhetünk). A régmúltbeli példák ötletesek ugyan, de elszigeteltek, ami nem meglepő annak tükrében, hogy klasszikus, mai értelemben vett marketingről is csak az 1950-es, 1960-as évektől beszélhetünk (Józsa et al. 2005). Az eszközöket tekintve először, mint olvashatjuk majd, – a kor technikai fejlettségéből következően – csak újságok, könyvek, magazinok formájában terjesztettek tartalmakat.

A modernkori első B2B tartalommarketing tevékenység a Johnson and Johnsonhoz köthető, amikor a cég 1888-ban megjelentette az „Antiszeptikus sebkezelés modern módszerei” című publikációját, amellyel az orvosok információs igényeit igyekezett kielégíteni (Pulizzi, 2016). A nemzetközi tartalommarketing tevékenység szempontjából az első jelentős esemény a mezőgazdasági eszközöket gyártó John Deere-hez köthető: 1895-ben jelent meg a „The Furrow” ügyfélmagazin a farmerek számára, amely mára már 40 ország 12 nyelvén jelenik meg (Kuenn 2013 in Patrutiu Baltés 2015, Pulizzi 2016). Talán a legfelkapottabb CM történeti esemény a Michelin testvérek 1900-ban megjelent kiadványa, amelyben a gumiabroncsok cseréjéről és javításáról adtak információkat a sofőröknek. Mindemellett a kiadványban szerepeltek olyan információk is, mint például üzemanyag árak, szállodák listája és várostérképek. A cél értelemszerűen az volt, hogy arra ösztönözzék az autótulajdonosokat, hogy többet utazzanak, amely által több gumiabroncs használdik el és emiatt többet is vásárolnak belőle az emberek (Hajdú 2018, Pulizzi 2016 és Patrutiu Baltés 2015).

A tartalommarketing jövedelmezőségre tett hatásáról a források a Jell-O esetében értekeznek először. A Genesee Food Company háztartásoknak juttatott el szakácskönyvet, hogy elősegítse a Jello-O desszertjeik és édességeik értékesítését (mint látható, a célcsoport általánosabbnak és szélesebbnek tekinthető az előbbi példákban említettekénél). 1906-ban az ingyenesen elérhető magazin segítségével egy millió dollár feletti értékesítési volument ért el a vállalat. (Keyser 2013 in Patrutiu Baltés 2015, Pulizzi 2016, Warren és Sisofo, letöltve 2021.11.04.)

Az első hangalapú kereskedelmi tartalomszolgáltatás (értékesítés növelő célzattal) a Searshoz kötődik, 1924-ben (Pulizzi, 2016). Pulizzi (2016) szerint a Sears létrehozott egy saját rádióműsort, amelyben a gazdálkodókat és a vidéken élő embereket tulajdonképpen a mezőgazdasági tevékenységüket segítő műsorokkal, információkkal látták el (az első kereskedelmi rádió 1921-ben kezdte meg működését! - Barbier és Lavenir 2004 in tankonyvtar.hu 2011).

Az iménti példából kivehető, hogy önmagában is hasznosítható, értéket képviselő információkkal igyekeztek megnyerni a potenciális vevők bizalmát.

1. táblázat: Tartalommarketing tevékenységek 1888 és 1930 között

Év	Cég/sze- mély/márka	CM tevékenység 1888 és 1930 között	Forrás
1888	Johnson and Joh- nson	„Antiszeptikus sebkezelés modern módszerei” című ki- advány megjelenése, amely- lyel az orvosok információs igényeit igyekeztek kielégí- teni.	Pulizzi (Content Mar- keting Institute) 2016
1891	August Oet- ker	A sütőpor csomagolására re- cepteket nyomtatott	Patrutiu Baltes 2015
1895	John Deere	Megjelentetik a Furrow ma- gazint, amely nemzetközileg is sikeres lesz.	Pulizzi 2016, Kuenn 2013 in Patruitu Baltes 2015
1900	Michelin	Kiadvány megjelentetése a gumiabroncsok cseréjéről és javításáról. Mindezen túl tar- talmazott egyéb hasznos tar- talmakat is	Pulizzi 2016, Patruitu Baltes 2015, Palásti 2014 in Hajdú 2018
1904	Jell-O	Ingyenes receptkönyveket terjeszt, amely hozzájárult a 2 évvel későbbi 1 millió dollár feletti értékesítéséhez.	Pulizzi 2016, Keyser 2013 in Patrutiu Baltes 2015, Warren és Sisofo, le- töltve 2021.11.04
1911	August Oet- ker	Saját szakácskönyvet ad ki	Patruitu Baltes 2015
1924	Sears	Saját kereskedelmi rádió- csatornát hoz létre és segíti a farmereket hasznos infor- mációkkal	Pulizzi (Content Mar- keting Institute) 2016
1930	Procter and Gamble	Különböző márkákkal kar- öltve elkezdi rádiótartalmakat gyártani.	Pulizzi (CM Institute) 2016

Forrás: Saját szerkesztés a táblázatban szereplő források alapján

4. A tartalommarketing történetének jelentősebb eseményei a xx. század második felében

A kronológiai sorrendből (Pulizzi 2016) kiderül, hogy érdekes módon, annak ellenére, hogy az 1800-as évek vége és 1900-as évek eleje meglehetősen mozgalmas volt a tartalommarketing története szempontjából, 1930 és 1968 között viszonylagos „nyugalom” volt, vélhetően történelmi okok és a klasszikus marketing kialakulása miatt.¹

A Hasbro a Marvel-el közösen szintén egy ügyes megoldással élt 1982-ben. A Hasbro terméke, a G.I. Joe játékgúla saját képregény sorozatot kapott. A képregény önmagában is képes szórakoztatni, miközben népszerűsíti a játékgúlát, annak képregénybe ültetett történetével. Később a képregény – és persze a játékgúla - alapján rajzfilm sorozat is készült, amely természetesen szintén önálló tartalom. (Ba-uer 2014 in Patrutiu Baltés 2015)

Az iménti példa azért is érdekes, mert ezzel a megoldással megelőzték a Lego-t. A Lego klub magazinja, a Bricks Klicks, 1987-ben jelent meg először (Pulizzi 2016). A Lego azóta is példaértékű tartalommarketing tevékenységet folytat (brosúrák, kisfilmek, stb.). Ha megtekintjük a Lego weboldalát, akkor rengeteg kép, képregény, videó és a weboldalon játszható online játék található rajta. (<https://www.lego.com/hu-hu/kids>, letöltve 2021.11.23)

¹ A második világháború utáni időszakban a tömegmédia hangsúlyosabbá válása révén – beleértve a televíziót is ebbe a trendbe – a tartalommarketing háttérbe szorult, a reklámok viszont kiemelt jelentőséggel bírtak. (Warren és Sisofo <https://content.marketing/history>, letöltve: 2021.11.04.)

2. táblázat: Tartalommarketing az ezredfordulóig

Év	Cég/személy/márka	CM tevékenység 1990-ig	Forrás
1968	Weight Watchers Magazine	Az első fogyasztóknak szóló (őket fogyasztásra ösztönző) magazin megjelenése üzletekben, újságosoknál	Pulizzi (Content Marketing Institute) 2016
1982	Hasbro és Marvel	A G.I. Játékfigura karakterével képregény megjelentetése	Bauer 2014 in Patrutiu Baltes 2015
1987	Lego	Megjelenik a Bricks Klicks, a Lego klub magazinja	Pulizzi (Content Marketing Institute) 2016
1996	John F. Opedahl	Először használják a „content marketing” kifejezést (Amerikai Újságszerkesztő Társaság kerekasztal beszélgetés)	Patrutiu Baltes 2015
1998	Netscape	Jerrell Jimerson-t kinevezik "online és tartalom marketing igazgatónak"	Patrutiu Baltes 2015
1999	Jeff Cannon (író)	Leírta a következőt: „A tartalommarketingben a tartalmat úgy hozták létre, hogy a fogyasztók számára biztosítsák a keresett információkat”	Gupta, 2015 in Patrutiu Baltes 2015

Forrás: Saját szerkesztés a táblázatban szereplő források alapján

5. A tartalommarketing jelentősebb eseményei az ezredforduló után

Magának a tartalommarketing (content marketing) kifejezésnek a létrejötte az ezredforduló környékére tehető (Pulizzi 2016 és Patritu Baltés 2015) és ekkor már ennek a feladatkörnek felelőse is volt a Netscape-nél (Patritu Baltés, 2015). A pozíció megnevezése „Online és tartalomigazgató”, vagyis itt (az internet megjelenése miatt is) már a tartalommarketing kezdett összefonódni az online világgal. A 2001-es évben a Johnson és Johnson már az interneten fejt ki a CM tevékenységet (Pulizzi, 2016). A YouTube lehetőségeinek kihasználása 2006-ban kezdődik meg a Blendtech által. Az első szakkönyv 2008-ban jelent meg (Pulizzi 2016). A Procter and Gamble 2008-ban négyszeres hatékonysággal képes alkalmazni a kamaszlányoknak szóló Being-Girl.com oldalt, mint a hasonló költségű hagyományos marketingkommunikációs kampányokat (Pulizzi, 2016). Kus (2016) egy ábrával szemléltette azt, hogy 2010 és 2015 között stabilan növekedett a „content marketing” kifejezésre történő rákeresések száma.

3. táblázat: Tartalommarketing az ezredforduló után

Év	Cég/személy/márka	CM tevékenység az ezredforduló után	Forrás
2001	Johnson and Johnson	Megvásárolja a BabyCenter webfelületet az eToys-tól.	Pulizzi (CM Institute) 2016
2004	Sherwin-Williams	STIR magazin indítása belső építészek és tervezők részére.	Pulizzi (CM Institute) 2016
2006	Blendtec	„Will it Blend?” videó sorozat elindítása a Youtube-on (ami több, mint 235 millió nézőt és 910 ezer feliratkozót jelentett)	Pulizzi (CM Institute) 2016
2007	American Express	Elindítja az „OPEN” fórumot kisebb vállalkozások részére.	Pulizzi (CM Institute) 2016
2008	Procter and Gamble	Elindul a BeingGirl.com, tartalom oldal, serdülő lányoknak, ami 4-szer hatékonyabb volt a hasonló összegbe kerülő hagyományos kommunikációs kampányoknál.	Pulizzi (CM Institute) 2016
2008	Joe Pulizzi	„Get content, Get customers” tartalommarketing kézikönyv megjelenése	Pulizzi (CM Institute) 2016
2010	Content Marketing Institute	A Content Marketing Institute elkezdte működését	Pulizzi (CM Institute) 2016
2011	L’Oreal	Megveszi a Makeup.com –ot és tartalomplatformmá alakítja azt.	Pulizzi (CM Institute) 2016
2011	Content Marketing Institute	Chief Content Officer magazin indítása és Content Marketing Word éves konferencia megszervezése.	Pulizzi (CM Institute) 2016
2012	Kraft	A teljes marketing osztály a tartalomra koncentrált, célzott hirdetéseket alkalmazott, és ezzel megnégyszerezte a marketing ROI-t.	Pulizzi (CM Institute) 2016
2012	Joe Chernov	Megkapja az „Év tartalommarketingese” díjat.	Pulizzi (CM Institute) 2016
2013	Red Bull Media House	Közzétesz 20 kisfilmet.	Pulizzi (CM Institute) 2016
2014	Holliman és Rowley	Az első tudományos jellegű tartalommarketing definíció publikálása.	Holliman és Rowley 2014
2014	Marriott International	„Belső kreatív és tartalommarketing stúdió” létrehozása, amely partnerségi viszonyt létesít kulcs-influencerekkel valamint saját videókat készítenek.	Pulizzi (CM Institute) 2016
2014	Legó	„A Legó kaland” film megjelenése	Pulizzi (CM Institute) 2016
2016	Arrow electronics és UBM	Az Arrow Electronich megvásárolta az UBM elektronikus média portfóliót, amely az első lépése 500 médiacég felvásárlásának.	Pulizzi (CM Institute) 2016
2017	Kotler és munkatársai	A szerzők szerint a „content marketing” kifejezés felkapott (elkoptatott), divatos frázissá vált (Buzzword-nek nevezték). Véleményük szerint „a tartalom az új reklám”.	Kotler et al. 2017

Forrás: sajátszerkesztés a táblázatban olvasható források alapján

A tartalommarketing témája lassan elkezdett „átszivárogni” az üzleti világból a tudományos életbe is. Ennek kézzelfogható példája Holliman és Rowley 2014-ben megjelent cikke, amelyben – a szerzők állítása szerint – megalkotják az első empirikusan megalkotott (tudományos) tartalommarketing definíciót, ami így hangzik: *„releváns, meggyőző és időszerű tartalom létrehozása, terjesztése és megosztása az ügyfelek bevonása érdekében a vásárlási döntési folyamat megfelelő szakaszában, oly módon, hogy ösztönözze őket arra, hogy átalakuljanak egy üzletet teremtő eredménnyé”* (Holliman és Rowley, 2014, pp. 285). A 2014-es évben a híres szállodaláncnak, a Marriott International-nek a belső kreatív és tartalommarketing részlege együttműködési viszonyt alakít ki a legfontosabb influencerekkel (Pulizzi 2016). Kotler és munkatársai 2017-ben a digitális marketing meghatározó elemeként tárgyalnak a CM-ről, ugyanakkor jelzik, hogy 2017-re maga a szó már „Buzzword” lett (divatos, felkapott és egyben elcsépelet). A tartalommarketing ezredforduló utáni részletes kronológiáját a 3. táblázatban ismertetem.

6. A tartalommarketing jövője

Napjaink egyik új lehetősége és kihívása a mesterséges intelligencia, vagy rövidítve MI, vagy AI, azaz Artificial Intelligence (Európai Bizottság, 2021).

Nem meglepő módon ez a technológia, hatással van az üzleti világra és a marketingre is (Jarek és Mazurek, 2019). A mesterséges intelligenciát a CM területén az alábbi feladatok elvégzésére lehet használni (a teljesség igénye nélkül): A célközönség feltérképezése, a tartalommarketing stratégiájának kialakítása, e-mail-ek kezelése, keresőoptimalizálás, tartalomoptimalizálás, kulcsszóelemzés, testreszabott tartalomalkotás és közösségi médiakezelés. (pslt20worldcup.com, 2021) A Cosabella fehérnemű márka merész lépésre szánta el magát: lecserélte a marketing ügynökségét mesterséges intelligenciára, amely rendszert „Albert”-nek nevezték el. Ez a rendszer kezel több, a CM-hez

tartozó eszközt is.² A mesterséges intelligencia bevezetése közvetlenül 155%-os árbevétel-növekedést és 15% költségcsökkenést eredményezett. (szovegiras.net, 2020.)

Mindebből látható, hogy a mesterséges intelligencia egyszerre jelent veszélyt és lehetőséget a tartalommarketing számára. Jelenleg azonban ez a technológia drága és a magyar cégek többsége nem tudja megfizetni. (szovegiras.net, 2020.)

7. Összegzés

A dolgozatomban bemutatott tanulságos megoldások és példák esettanulmány-szerűen ismertetik a tartalommarketing lényegét és lehetőségeit. A tartalommarketing lényege, fő szemléletmódja, hogy a márka vagy a cég – sokszor ingyen – valami „hasznosságot” ad a célcsoportjának, megoldja valamely problémáját, tanácsot ad neki, vagy szórakoztatja. Miközben ezt teszi, a márkával szemben kötődés, bizalom alakulhat ki, amely aztán az üzleti eredményre pozitívan hathat. Mint láthatjuk a múlt századok példáiból, a tartalommarketing éppenséggel nem új, de az online környezet hozta el számára a kiteljesedés lehetőségét. Ennek a marketingtevékenységnek van múltja, jelene és jövője. Kijelenthetjük, hogy ezek ismerete segítheti a marketingest, nem csak szakmai műveltségének fejlesztésében, hanem hatékonyabb megoldások realizálásában is.

Irodalomjegyzék

Barbier, F., Lavenir, C., B. (2004): A média története. Osiris kiadó. Letöltés helye és ideje: https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011_0001_520_a_media_tortenete/ch02s04.html
2020.05.02.

Bauer, E. (2014): A Brief History of Content Marketing (It's Not As New As You Think). Letöltés helye és ideje: hub.uberflip.com/h/i/11305110-a-brief-history-of-content-marketing-its-not-as-new-as-you-think.
2015.10.03.

² Az internetes kereséseket, az e-mail-eket, a mobilon elérhető marketing eszközöket, a social media platformokat és a display hirdetéseket. (szovegiras.net, 2020.11.04)

Chaffey, D., Smith, P. R., & Smith, P. R. (2012): eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing. Routledge.

Content Marketing Institute (2011): What is Content Marketing: Useful content should be at the core of your marketing. Letöltés helye és ideje: <http://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/> 2018.01.13.

Európai Bizottság (2021): Az európai parlament és a tanács rendelete: A mesterséges intelligenciára vonatkozó harmonizált szabályok (a mesterséges intelligenciáról szóló jogszabály) megállapításáról és egyes uniós jogalkotási aktusok módosításáról (Javaslat) Brüsszel, 2021.04.21. Letöltés helye és ideje: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:e0649735-a372-11eb-9585-01aa75ed71a1.0016.02/DOC_1&format=PDF 2021.11.28.

Gupta, V. (2015): Content Marketing: Say Something; Say It Well; Say It Often, Letöltés helye és ideje: http://www.academia.edu/14323564/Content_Marketing_Say_Something_Say_It_Well_Say_It_Often_Dr._Vijayendrakumar_S._Gupta-Assistant_Professor, 2015.10.03.

Hajdú, N. (2018): Az online marketingcontrolling értékelési folyamata a tartalommarketing ROI segítségével. Controller Info, 6 (1) 5-8., 4.

Holliman, G., Rowley, J. (2014): Business to business digital content marketing: marketers' perceptions of best practice. Journal of Research in Interactive Marketing, 8 (4), 269-293.

Jarek, K., Mazurek, G. (2019): Marketing and Artificial Intelligence. Central European Business Review. 8. 46-55. 10.18267/j.cebr.213.

Józsa, L., Piskóti, I., Rekettye, G., Veres, A. (2005): Döntésorientált marketing. KJK-Kerszöv, Budapest.

Keyser, W. (2013): Telling StartUp Stories: Keep the End in Mind Kindle. Edition Booktango.

Kotler, P., Kartajaya H., Setiawan, I. (2017): *Marketing 4.0 - Moving from Traditional to Digital*. John & Sons. Inc.

Kuenn, A. (2013): Is John Deere The Original Content Marketer?, 2013.06.25. Letöltés helye és ideje: <http://marketingland.com/is-john-deere-the-original-content-marketer-2-49138>, 2015.11.04.

Kranz, J., Pulizzi, J. (2011): *Content Marketing Playbook*. Junta42 Content Marketing Institute & Kranz Communications.

Kus, O. (2016): The influence of cultural background on content marketing practices: the approach of Turkish and Lithuanian youth to the main components of content marketing. *Informacijos Mokslai*. 2016., 76.

Lindström, A. L., Jörnégus, A. (2016): *Co-Creating value through Content Marketing*. University of Gothengurg, Scholl of Business, Economics and Law.

Paholski, L. (2014): Using the Content Marketing Maturity Model to Guide Your Campaign. Letöltés helye és ideje: www.business2community.com/content-marketing/using-content-marketing-maturity-model-guide-campaign-0794546. 2018.04.10.

Palásti, I. (2014): Tartalommarketing – a vevőszerezés új eszköze. <http://www.vonzasmarketing.com/tartalommarketing-az-uj-eszkoz/> Letöltés helye és ideje: 2018.01.13.

Patrutiu Baltés, L. (2015): Content marketing - the fundamental tool of digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series V: Economic Sciences*, 8 (57) No. 2 - 2015.

pslt20worldcup.com (2021.08.24.): Hogyan forgatja az AI a tartalommarketing játékát? Letöltés helye és ideje: <https://pslt20worldcup.com/hogyan-forgatja-az-ai-a-tartalommarketing-jatekat/> 2021.11.04.

Pulizzi, J. (2016.07.01): The History of Content Marketing [Updated Infographic]. Content Marketing Institute. Letöltés helye és ideje: <https://contentmarketinginstitute.com/2016/07/history-content-marketing/> 2020.04.15.

Rowley, J. (2008): Understanding digital content marketing. Journal of marketing management, 24(5-6), 517-540.

Stahl, S. (2021.10.13.): B2B Content Marketing Insights for 2022: More Budget, More Work, More Empathy [Research]. Content Marketing Institute. Letöltés helye és ideje: <https://contentmarketinginstitute.com/2021/10/b2b-power-content-marketing-research/> 2021.11.28.

szovegiras.net (2020.11.24.): Tartalommarketing trendek 2021-ben, amelyekre érdemes lesz odafigyelni. Unelte SEO S.R.L. Letöltés helye és ideje: <https://www.szovegiras.net/tartalommarketing-trendek-2021-ben-amelyekre-erdemes-lesz-odafigyelni/> 2021.11.04.

Szurop, I. (2013): Mi az a tartalommarketing? letöltés helye és ideje: <http://tartalommarketing.hu/mi-az-a-tartalommarketing/> 2018.01.14.

Warren, J., Sisofo, C.: The History of Content Marketing. Content Marketing Ltd. - 1 Manor Gardens Close, Loughborough, Leicestershire, LE11 1DL, England. Letöltés helye és ideje: <https://content.marketing/history> 2021.11.04.

lego.com (letöltve: 2021.11.23) Letöltés helye és ideje: <https://www.lego.com/hu-hu/kids> 2021.11.23.

EXAMINATION OF CONSUMER BEHAVIOUR IN CASE OF GLUTEN- AND LACTOSE-FREE PRODUCTS BASED ON A SURVEY CONDUCTED IN HUNGARY

Katalin Kurucz

University of Miskolc, Faculty of Economics

kurucz95@gmail.com

1. Definition of Functional Foods

The concept of functional foods has begun to infiltrate the public consciousness in line with international trends however, we still do not have a generally accepted definition for them. According to Nagy and Piskóti (2007) functional foods are foods that have a beneficial effect on health and well-being. Childs and Poryzees (1998) group products that have a positive effect on our health as follows: dietary drugs or nutritional drugs, medicinal foods, designer foods, or super-foods. However, they are often collectively referred to as functional foods (Nagy, 2007). Another definition comes from the Functional Food Center in the United States (FFC), where Martirosyan and Pisarski (2017) states that these are real or processed foods that contain known or unknown biologically active compounds that are efficient, in defined and non-toxic quantities, recorded health benefit or provide a scientifically validated using unique biomarkers for the prevention, treatment or control of chronic disease or its symbiotic diseases.

Martirosyan, Brugger and Bialow (2021) formulated the aims of functional foods, as to regulate target function, to reduce the risk of chronic/viral diseases and to promote optimal health. It is stated by the authors that the functional foods are not willing to replace the traditional ways of healing, but they can be used alongside with the western medicine. Martirosyan, Brugger and Bialow (2021) have also highlighted the point that in the United States not a governmental body, just like the Food and Drug Administration (FDA), has officially accepted nor defined functional foods.

According to Siro et al. (2008) functional foods are produced in almost every food category, but their distribution is not standardized across the consumer segments. These include product preferences, different prebiotics, probiotics, symbiotic foods, isoflavones, phytosterols, anthocyanins, fat-reduced foods, sugar-reduced foods, and antioxidants are some of the functional food groups.

All of the information above proves that functional foods include various types of nutrition, including the most basic products, as well as the items of the latest trends. The intensively growing number of functional foods could have led to the market growth in case of the gluten- and lactose free products.

2. Gluten-Free Market

Several reasons have led to the growth of the gluten-free market, just as the increase in the number of patients and the fact that many consumers buy gluten-free products even if this would not otherwise be mandatory for them.

As stated by a US market research firm, called Mintel, sales of gluten-free products in the gluten-free market have increased by 63% since 2012 [1]. This could have been caused by the fact that more and more brands are producing products for gluten-sensitive people, and it can even be said that consumers with some form of food intolerance have established themselves to be treated as a separate target group.

As the research from the statistical portal Statista presents, the global gluten-free food market in 2016 was approximately US \$ 4.26 billion, while the same estimation puts this value at US 7.38 billion dollars by 2021 [2]. A recent research from the Statista portal, the global market for gluten-free foods is expected to expand significantly between 2020 and 2025, from \$ 5.6 billion to \$ 8.3 billion [3].

As the information above has shown, the market for gluten-free products indicates an increase year by year, and growth is expected at an even higher rate in the future. This is influenced by different marketing communication methods, be they above the line (ATL) or below the line (BTL) tools, however the biggest impact can reach the people in the social media nowadays.

3. Lactose-Free Market

According to Euromonitor's 2015 research, the United States has the world's largest lactose-free market, accounting for 29% of global sales that year [4]. Another research from the Statista statistical portal proves that the global market for lactose-free products reached \$ 10.6 billion in 2017 and is estimated to reach \$ 17.8 billion by 2027 [5].

Although a bigger part of the population suffers from lactose intolerance than gluten sensitivity, the value of gluten-free products is still higher in the market. This could be the result of the fact that more gluten-free products are made than lactose-free, as there is a higher proportion of products that can be made gluten-free. An example to be mentioned can be that milk is not only replaced by lactose-free milk but plant-based products can be found on the shelves of the shops, be it rice milk, soy milk or even almond milk, just to mention a few of the most popular wide market offerings.

In conclusion, the number and popularity of lactose-free products in the world market is growing. The influencing power of marketing plays an important role in this process; however, both family and acquaintances can have an impact on the consumers' decisions in case of the buying process.

4. Factors Influencing Consumer Behaviour

Many changes could have been observed in the food market in the past decades as the demands of the consumers show changes. Health consciousness became one of the most important trends in our society. Due to the growing importance of megatrends and their interaction, the LOHAS consumer group has formed in Hungary, which means Lifestyle of Health and Sustainability (Törőcsik, 2007, Lipták – Musinszki, 2022). The emergence of new consumer groups on the market has changed the range of available goods in the shops and this could lead to the appearance of gluten-and lactose free products. On the other hand it is very important to know why people choose free from products instead of the traditional ones. Health problems or the consumers' convictions can have an impact on their choice.

According to Lehota (2001), food consumer behaviour is a complex phenomenon, the most important factors of which include:

- biological factors related to the individual (sensory factors, diseases, individual sensitivity, etc.);
- economic factors determining the structure of food consumption;
- psychological factors influencing the acceptance, rejection or development of a food image;
- socio-demographic factors determining social embeddedness;
- a set of learned values and habits integrating individual, social, psychological and cultural factors.

All of the above factors influence the consumers' choices in the decision making process. While conducting the research I have put focus on the psychological factors, which encourage people to choose free-from products instead of the traditional ones.

5. Research Methodology

A questionnaire was created, which was shared in the biggest Facebook group concerning free-from products, the name of which is *Gluten-free kitchen and gluten-sensitive everyday life*. Before starting the research, it was suspected that the topic affects Hungarian women between the ages of 30-40 the most, so they were considered to be the target group during the survey. 90,2 per cent of the respondents were women, which could prove that that this gender group is more involved in this subject. The research was surveyed among the Hungarian population and the place of residence of the respondents shows a proportional distribution.

The questions in the questionnaire followed four main topics. In the first part of the research the shopping habits and preferences of individuals were surveyed. The second block focused on the awareness of the respondents in terms of the decision making process while buying food with reflection on the issues of lifestyle and health consciousness. The third part was also related to shopping habits, but this section involved the gluten- and lactose-free products. The research was concluded by asking demographic data, the main purpose of which was to find out which factors influence the previously mentioned information.

6. Findings of the Primer Research

This chapter is intended to present the findings of the primer research. The main differences and similarities are introduced in case of the buying habits of people with food intolerances and in case of the ones who choose the functional foods because of trends, or because of their beliefs. The answers to the questionnaire were examined in the Excel and SPSS programs.

6.1. Examination of Consumer Behaviour

It was surveyed how much money do people spend on gluten- and lactose-free products. A correlation calculation was prepared which showed that there is a moderately strong relationship between the amount spent on food and the amount spent on gluten- and/or lactose-free products. Based on this information it cannot be stated that who spends more on food also spends more on the free-from products as well as there are respondents who do not spend on “free-from” foods. The survey investigated if people without food intolerance spend more on food, as research has also shown that gluten- and/or lactose-free products are counts to be more expensive than traditional foods. The value of the Cramer V is 0,199 and the contingency coefficient is 0,195, which demonstrates that there is a weaker-than-average significant result in terms of the strength of the relationship. However we cannot say that those who suffer from food allergy spend more money on food, as a larger proportion of the sample is made up of people who suffer from these diseases.

The next section was intended to present the relationship between food allergy and the place of shopping. The survey offered the market, shop, supermarket and hypermarket possibilities for the respondents, from which they could choose which one is the most popular according to them. Not a big difference could have been observed, as both groups consider the supermarket to be the most convenient location. The values of Cramer V and the contingency coefficient, which is around 0,140 in each case, also prove that a weak significant relationship can be noticed.

The frequency of the shopping was examined in case of consumers with and without food allergies. Cramer V has the value of 0,153 and the contingency coefficient is 0,151 which mean that a weaker-than-average significant result is presented. It was proved that those people who do not have this type of health problem are more likely to buy food more often and weekly shopping is more popular for people with food allergies, for whom it can be more difficult to get the special foods they need.

6.2. Examination of Health Consciousness

In this section of the survey several questions applied to the health consciousness of the respondents. Research has shown that it is true for both target groups that they usually buy healthy food or at least they strive for it, on the other hand a higher number of food-allergic consumers indicated that they always buy consciously, but it can be the result of the fact that free- from products are said to be healthier than traditional foods. People without food intolerance do not pay that big attention to whether the products they buy are considered healthy or not. How typical certain claims are for consumers were also examined. Aspects included brand loyalty and awareness both of which was rated by participants on a Likert scale of 1 to 5. Based on the research it can be said that there is not too much difference between consumers in terms of brand loyalty, but gluten- and/or lactose-sensitive people have a higher proportion of consumers who claim to be completely brand loyal. This can be the result of the fact, that although the market of functional foods is growing, people still do not have such a wide variety of goods to choose from. In terms of awareness, people with gluten- and/or lactose intolerance consider themselves more aware, as in this case 79 people with food allergies indicated that they considered themselves fully aware, while only 66 consumers without food allergies thought so. This can be caused by the fact that people with food intolerance have to check the ingredients to avoid problems caused by gluten- and/or lactose.

The next chapter of the survey handled together two closely related issues. One of them is whether people have had a health problem specifically because of their eating habits, while the other was whether they

had already changed their nutrition habits in order to maintain health. The analysis has shown that 90% of the respondents have already changed to maintain health.

6.3. Examination of Consumption Gluten and/or Lactose-Free Products

The third section of the research applied to questions concerning the consumption of functional foods. The research has shown that who do not suffer from the diseases are also consciously buying and consuming “free-from” products.

Some degrees of variety can be observed in case of the frequency of buying “free-from” goods. Respondents with food allergies always pay attention to buy gluten- and/or lactose-free products on the other hand consumers who do not suffer from the diseases are very often look for “free-from” products, as 66 people always buy gluten and/or lactose-free products, while 79 people often buy these goods. This proves to be a high number, as it means that 61% of non-food allergy respondents buy “free-from” foods very often.

In the next section, it is presented how the examined consumer groups feel about the given characteristics of “free-from” products. Regarding the price, both groups agree that “free-from” products are generally more expensive than traditional foods, however, it is also clear that consumers who are not gluten and/or lactose-sensitive are less likely to agree with this statement, because of the fact they are not obliged to consume these products, they prefer to consume them. The next issue investigated was whether that gluten and/or lactose-free products taste worse than traditional foods. It is nicely represented that the majority of non-food allergic consumers did not agree with this statement at all. Gluten and/or lactose-sensitive people indicated to a greater extent the “rather disagree” response, which means that they do really agree that these foods taste bad.

It was also investigated in the research if the functional foods are thought to be healthier or not. It was a really divisive question, on the other hand, a higher number of non-food allergic respondents think the “free-from” products to be healthier than the traditional ones. It is proven that consumers who do not suffer from gluten and/or lactose sensitivity prefer these products because it is believed to be healthier.

After discovering that 70% of non-food allergic respondents think “free-from” products to be healthier than traditional foods, it was examined whether the products could be even more marketable if certain changes took place in the market. If these products would be cheaper, more people would choose them, as 167 people still think that if the prices were reduced, they would prefer to consume them instead of traditional products. It was examined how much more gluten- and lactose-free products would be bought if they would have a wider product range. In this case, 171 non-food allergy consumers indicated that they would prefer to buy “free-from” products if they had more choice, even if the market is growing rapidly.

7. Conclusion

Functional foods are becoming more and more popular, which causes a rapid change in the market. Special products became available for people, as these kinds of goods can be found for example on the shelves of the supermarkets. A primer research was presented, which examined purchasing habits of two consumer groups: people with food allergies, and people without these kinds of illnesses. Concerning the general shopping habits, not big differences could have been found; the biggest one is that people with gluten- and/or lactose-intolerance do not do the shopping so often. In the health consciousness section, it was found that people with food allergy think that they are always buying healthy foods, and they consider themselves to be more conscious. More than half of the respondents have thought that the “free-from” products are healthier than the traditional foods and also 61% of the respondents, who do not suffer from food-allergy have said that they often buy these goods. In case of this consumer group, it was also stated the “free-from” products are not that expensive, although it was proved that these are more expensive than the traditional foods. All in all, minor and significant differences could have been found while examining the consumer behaviour of the two groups.

8. Abstract

A healthy lifestyle became more and more popular in the past decades. Many trends appeared in this field, including the appearance of functional foods, together with gluten and lactose-free products. The reason behind this is the growing number of people who suffer from several kinds of food intolerances, as well as the people, who are more likely to choose the “free-from” products instead of the average, traditional foods as a result of the influence of trends and advertisements. With the emergence of the functional foods, the product range has become wider, as people started to search for these types of commodities. This article aims to compare the consumer behaviour of people who choose “free-from” foods by choice with the ones who have food intolerance. The basis of the comparison is primer research conducted in the *Gluten-free kitchen and gluten-sensitive everyday life* Hungarian Facebook group, with the participation of 430 respondents.

Keywords: consumer behaviour, gluten, lactose, food intolerance, “free-from” foods

References

Childs, N. M. & Poryzees, G. H. (1998) Foods that help prevent disease: consumer attitudes and public policy implications. *British Food Journal*, 9, 419-426.

Does Lactose-free Dairy Have a Future?, Euromonitor International, <https://blog.euromonitor.com/does-lactose-free-dairy-have-a-future/>
Accessed: 20th of October, 2021

Lipták, K., & Musinszki, Z. (2022). Impact of teleworking on shopping habits during the COVID-19 pandemic in Hungary. *Journal of International Studies*, 15(3), 186–200. <http://doi.org/10.14254/2071-8330.2022/15-3/13>

Lehota, J. (2001): *Élelmiszergazdasági marketing*, Műszaki Kiadó, Budapest, 2001.

Martirosyan, D., von Brugger, J., Bialow, S. (2021) Functional food science: Differences and similarities with food science. *Functional Foods in Health and Disease* 2021. 11(9): 408-430. DOI: <https://www.doi.org/10.31989/ffhd.v11i9.831>

Martirosyan, D., & Pisarski, K. (2017). Bioactive compounds: Their role in functional food and human health, classifications, and definitions. *Bioactive Compounds and Cancer*. Edited by Danik Martirosyan and Jin-Rong Zhou. San Diego: Food Science Publisher, 238-277

Mintel Press Team (2014): Gluten-free foods surge 63% in last two years, <https://www.mintel.com/press-centre/food-and-drink/gluten-free-foods-surge-63-percent> Accessed: 3rd of October, 2021

Nagy, Sz., Piskóti I. (2007.): Innováció a funkcionális élelmiszerek területén, Miskolci Egyetem, Marketing Intézet, 2007.

Shahbandeh, M. (2018): Forecasted market value of lactose free dairy products worldwide from 2017 to 2027, <https://www.statista.com/statistics/873536/lactose-free-dairy-market-size-global/> Accessed: 26th of October, 2021

Siro, I., Kápolna, E., Kápolna, B., & Lugasi, A. (2008). Functional food. Product development, marketing, and consumer acceptance—A review. *Appetite*, 51(3), 456-467

Statista Research Department (2020): U.S. Gluten-free Foods Market - Statistics & Facts <https://www.statista.com/topics/2067/gluten-free-foods-market/> Accessed: 5th of October, 2021

Törőcsik, M. (2007): Vásárlói magatartás, Akadémia Kiadó, Budapest, 2007.

Wunsch, N-G. (2020): Gluten-free food market value worldwide 2020-2025, <https://www.statista.com/statistics/248467/global-gluten-free-food-market-size/> Accessed: 15th of October, 2021

HOW TO START THE SEO, USING ON-PAGE TECHNIQUES - ANALYSIS AND SUGGESTION FOR STARTING FIRMS

Zoltán Somosi

Ph.D. Student

Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing Intézet
Miskolc, Hungary

1. Introduction

For as long as the Internet has been around, a variety of online marketing techniques have evolved to support and serve various strategic and long-term trends. One of the most well-known trends is the Search Engine Optimization. With this, companies can achieve preferred positions on the Search Engine Result Pages (SERP) and also increase their efficiency. With the right optimization, they can drive more users to the website, and on the other hand, achieve higher conversion rates which has been studied by Hidayanto et. al. (2012). They explained in numbers, the customized website reach 6 times more visitors in four months. Their research showed that, the website with advanced configuration had 30 times more clicks as well, and it is clearly shows that, the higher the optimization, the higher the conversion rate we can achieve.

Optimization can be done On-Page or Off-Page depending on settings published by Kumar et. al. (2019a). In On-Page SEO, companies have more influence. They can change any factor, so they may need to focus their attention on this as they start SEO. In this article I would like to examine the factors of On-Page SEO and find out if they are really able to improve the online presence of companies.

A friend of mine has asked me for advice on what marketing tools can be used to drive more users to his website. His site has been up and running for 2 years, but it's not getting as many visitors as he wanted. It's all about wedding photography and video services. To determine its position in the market, I can use Google Analytics metrics. In this

case, the market size can be measured using Google Keyword Planner. Since Google (Andonov, 2020) is the largest and most famous search engine in the whole world, so my suggestions target this search engine. The average number of organic visits was 48 between 10/31/2019 and 10/30/2020. (Google Analytics Report, 2021). In Hungary, keywords like "Esküvői fotós" (wedding photographer) and "esküvői videós" (wedding videographer) have about 6400 searches monthly (Google Keyword Planner, 2021). This means that it can only reach 0.0075 percent of the total market. According to Google Search Console, its position is 43.6 on average (Google Search Console Report 2021), so the rate of traffic is not that surprising. I had to inform him, one of the methods is fast and expensive it is advertisement with pay per click campaigns and the other is a long process, but free, its Search Engine Optimization. Therefore, using both methods can be the final solution to the main problem (Kritzinger & Wiedeman 2017). The main purpose of this article is to find out which On-Page techniques are most relevant to the phrase published by other authors and, based on the information gathered, compare your website with that of your three high-ranking competitors.

2. Research Method

In order to research the market, I started a simple search in Google for the keywords "esküvői fotó" and "esküvői videó" (PC, date of query: 20/11/2021, location: 3530 Miskolc, Egyetemváros). The aim of this research was to determine the results obtained in the SERP using an automated system and manual testing methods. The automated system is a free SEO tool called Seochecker.com. With this automated tool, you can check the entire website for SEO factors such as title, coding, etc. For manual checking, I use Google's free tools like Google Speed Insight and Mobile-Friendly Test and take care of the website coding.

First, I collect published information and SEO analysis from other authors describing the most important factors and results. Based on the collected information, it becomes clear which factors I should investigate.

After the analysis, I will compare the performance of the top 3 companies on the market with Leon Art Press.

3. Literature Review

As a first step, I wanted to determine which factors play a particularly important role in Search Engine Optimization. There are more than 200 factors involved, some of them are well known and some of them are never published by Google, and they are changing continuously in an effort to maximise the level of service to consumers (Dean, 2021). To identify the most important factors, I compared 10 studies and identified the common points which were:

- Keywords
- Content
- Meta title, description
- H-members
- URLs
- Alt attributes
- HTML code structure
- Mobile Optimization
- Loading speed

These individual factors can be divided into larger groups based on where they are on the website and what they affect: Content, Structure, and HTML Structure. (Matošević 2015, 2020, Hamdy, 2021, Kumar 2019b, Ghulam 2017, Navneet 2014, Mustafa 2015, Pistol 2015b, Fard 2020b, Hayati 2021)

Due to the limited scope of this article, off-page elements will only be discussed in passing. Usually we have little or no influence on their development. Google interprets these aspects as perceptions of the consumer. It is very similar to the elements of the offline markets, where reliability and social trust comes automatically. Consumer engagement, online track record, and company recognition account for trustworthiness, while shares and general reputation are derivative indicators of community recognition. In addition, the structure of the link network, which takes into account the quantity and quality of links to the website, plays an important role. Understanding consumer habits is important not only for the business, but also for Google. How often a

consumer returns and how they engage with a site affects SERP (Hodder, 2021a). These elements individually and collectively show that a poorly designed page with poor content cannot even randomly rank well on Google, because poor quality content that is not created for consumers will not be read or shared.

Now that the most important factors have been identified from the literature, the question is how to make them optimal. The short answer is to always keep the consumer's needs in mind. If you communicate with them, if you work for them, sooner or later Google will appreciate what you are doing. However, at a more advanced level, it also pays to keep the algorithms' expectations in mind.

Our first and most important task is to conduct market research on keywords. How and under what conditions users and potential consumers search. Keyword research will lead to the identification of several keywords, which can be shorter or longer. When selecting, keep in mind that the length of the keyword has an impact on search volume, competition, and conversions achieved (Vivian, 2019). So-called long tail keywords consist of at least 3 consecutive words, so they better describe the needs of consumers. For example, when someone types the keyword "wedding" into the search box, they have a low purchase intent. The competition is also much stronger with 5,630,000 results for the best result. If someone searches for the keyword "wedding photography and video in Miskolc prices", they have a much higher purchase intent because they have specified their needs and we are competing with only 77,600 results. Consequently, the optimal keyword is longer, especially for small businesses, making it easier to navigate between large businesses. Once we have mapped and defined the keywords that connect customers with our business, we need to place them in the content because that is how we can show Google and consumers that we are the solution to their problems (Hayati, 2021). The Query Deserved Freshness algorithm also applies to content. It was developed by Google to keep website content fresh and in line with changing consumer trends. If we can track these changes - including in Google Trends - and respond to the top searches, we can get to the top much faster. (Kumar, 2019c). What we can not ignore is that SEO is an interdisciplinary science where everything is interrelated. Content brevity negatively impacts both consumers and rankings (Hodder,

2021b). When content is too short, we can overload on keywords, fail to reach consumer engagement, which then bounces, worsening our Off-Page perception, indicating a chain reaction.

Two of the page design criteria can be interpreted as direct SEO factors. Mobile-friendly website design was prioritized by Google in 2013, but in 2016 the Penguin 4.0 algorithm update gave this criterion a new boost (Kumar, 2019d). Reducing loading speed, much like content length, is linked in several places to off-page elements as a factor that influences consumer behavior. The URL of a website is appropriate if it is as short as possible but already contains selected keywords (Patel, 2012).

The third and final On-Page category is HTML coding and its appropriate application. The nature of headlines has not changed compared to printed media. They need to show the consumer what they will read and what they can expect. It should catch the eye, be descriptive and have an optimal length. The use of keywords is also crucial in this case as they allow you to crawl, organise and present your website to the consumer. To do this, for coding purposes, you need to include an H1 tag in the title bar, only 1 of which can be used on each sub-page. We can use H2, H3 tags for the sub headings, there is no quantitative limit. Each page can have a meta description which will be displayed by Google in the search results. It is the first thing that the search engine gets to see. Therefore, it should be created according to the criteria described above - it should be of appropriate length and contain keywords. Otherwise, Google may override this. If you attribute images with ALT tag and use keywords in them, it will ensure that they appear in the vertical marketing system. Also, this is an important SEO factor, so optimising images has a double impact on search rankings (Hmdy, 2021). According to Anderson's article (2021), there is no exact definition of what the keyword density should be on your website, but the generally accepted optimal ratio is 1-2%. This means at least 10 keywords per 1000 words. This can be a headline, product description, etc.

4. Findings

Table 1.: SEO benchmarking for „esküvői fotós” keyword

Factors/place- ment in SERP	1. eskuvoi-ri- portfoto.hu	2. david- foto.hu	3. fo- tobese.com	89. leonart- press.hu
Seochecker.com results	77/100	89/100	79/100	84/100
Number of keywords	7	19	42	15
Is the website mobile friendly	Yes	Yes	No	Yes
Speed insight	Mobile: 38 PC: 54	Mobile: 87 PC: 86	Mobile: 17 PC: 76	Mobile: 13 PC: 59
Connection Type	Secured	Secured	Secured	Secured
URL lengh and quality	21 charac- ters, partially contains keyword	12 charac- ters, partially contains keyword	12 charac- ters, partially contains keyword	15 charac- ters, kulcs- szót nem tartalmaz
Meta title lengh and quality	67 charac- ters, contains keyword	57 charac- ters, contains keyword	32 charac- ters, contains keyword	80 charac- ters, conta- ins keyword
Meta desciprion lengh and quality	264 charac- ters, contains keyword	122 charac- ters, contains keyword	129 charac- ters, contains keyword	255 characters, contains keyword
Images ALT tags	Missing	Assured	Assured	Missing
Heading Tags	Assured	Assured	Assured	Assured

In the section competing for the keyword "esküvői fotós", the top three websites were "eskuvoirportfoto.hu", "davidfoto.hu" and "fotobese.hu". "Leon Art Press" reached the 89th position in the SERP for this search term.

The results of Seochecker.com, based on the on-site SEO analysis of the three biggest competitors, do not allow a clear conclusion that the website with the lowest score was ranked better than the others. The number of keywords was lowest for the first ranked competitor. The first two competitors had mobile-friendly websites, while the third did not. The page loading speed was highest for davidfoto.hu, while this website only reached the second position.

The URL, meta title and description were the longest for eskuvoirportfoto.hu, while they were similar for the other competitors.

The ALT tags of the images were ensured by the second and third competitors, leonartpress.hu and eskuvoirportfoto.hu missed this opportunity.

Table 2.: SEO benchmarking for „esküvői videós” keyword

Factors/place-ment in SERP	1. eskuvioi- deo.net	2. eskuvoivi- deohd.hu	3 bessevi- deo.hu	39. leonart- press.hu
Seochecker.com results	88/100	88/100	60/100	84/100
Number of keywords	37	13	21	7
Is the site mobile friendly	Yes	Yes	Yes	Yes
Speed insight	Mobile: 64 PC: 83	Mobile: 73 PC: 94	Mobile: 24 PC: 85	Mobile:13 PC: 59
Connection type	Secured	Secured	Secured	Secured
URL lengh and quality	16 charac- ters, conta- ins keyword	17 charac- ters, conta- ins keyword	13 charac- ters, conta- ins keyword	15 charac- ters, Does not contains keyword
Meta title lengh and quality	45 charac- ters, conta- ins keyword	49 charac- ters, conta- ins keyword	54 charac- ters, conta- ins keyword	80 charac- ters, contains keyword
Meta desciprion lengh and quality	158 charac- ters, conta- ins keyword	151 charac- ters, conta- ins keyword	Not speci- fied	255 charac- ters, contains keyword
Images ALT tags	Assured	Assured	Missing	Missing
Heading Tags	Assured	Assured	Assured	Assured

For the keyword "esküvői videós" the data provides better results for businesses. The "eskuvoivideo.net" reached the first place in SERP, followed by "eskuvoivideohd.hu" on the second place and bessevi-deo.hu on the third place. In this case, Leon Art Press has achieved better results and has landed on the 39th position in the SERP.

This is also reflected in the on-site SEO results of Seochecker.com for the first three competitors, with 88, 88, 60 points. Leon Art Press

surprisingly achieved the same results as the competition for the search terms "esküvői fotós". The number of search terms was highest for the first-placed company and, as usual, all websites are optimized for cell phones.

The speed data was measured with Google Speed Insight, and the best result was achieved by the runner-up, "eskuvoivideohd.hu", just like in the wedding photos section.

The URL length is similarly short in each case, ranging from 13 to 17 characters. The meta title for the top competitors also shows very similar results and ranges between 45 and 54 characters. Both here and in the description Leon Art Press uses much more characters, but it is interesting to note that the description of "bessevideo.hu" is not provided by the company.

The first two websites are real competitors, they use the ALT and H tags correctly, unlike the third-placed one and Leon Art Press.

5. Conclusions

After reviewing the data in the table, we can conclude that Leon Art Press, as a company that competes for both services and both keywords at the same time, tends to rank lower in the SERP than those who only focus on one service on their website. When we examine only the On-Page SEO process, it was found that a company with poorer performance achieved a better search ranking result. The optimization levels for the keywords "esküvői fotós" and "esküvői videós" were very similar.

The second ranked competitor tended to be better optimized than the first one, looking overall of the elements tested. It became clear that the use of keywords was quite appropriate. They also performed the best in terms of loading speed, while Leon Art Press resulted in the worst loading speed for mobile and PC devices as well. While all page titles were H-tagged, the ALT tags for images were incomplete in some cases. It's interesting to note how different the On-Page performance of the top-ranked pages was in terms of wedding photos and videos. The top rankings in the two areas differed in terms of keywords placement, loading speed, number of keywords. The study shows that as consumers' need for security grows, businesses with an online

presence are evolving as well. All of the companies studied have Https encryption, which impacts both search results and consumer safety. Unfortunately, Leon Art Press's unfavourable position is due in part to inadequate optimization. In addition to the aforementioned loading speed, which is regularly lower than its competitors, the number of keywords is also extremely low, with only 7 keywords for wedding videographers and 15 for wedding photographers. The placement of these keywords in certain parts of the site is appropriate, but neither the ALT tags of the images nor the URL are designed to include the keywords. In most cases, Seochecker's index score reflects the results of manual analysis. Obviously, the non-mobile friendly website fotobese.com and bessevideo.hu without meta description performed significantly worse compared to the tested companies.

The study makes it clear that Leon Art Press needs to continue on-page optimization by optimising images (both size and ALT tag) and improve keyword density. After that, the company should pay special attention to off-page factors.

To answer the question of this article, I must mention that on-page techniques as search engine optimization tools can be influenced by all companies. This can lead to a much tougher competition, as all players are free to change SEO elements. In this regard, I must agree with Fard & Kouhzadi (2020) who mentioned that on-page SEO has only 25% influence on search ranking, but we cannot ignore that it has an indicator effect on off-page elements. Optimal content elements such as freshness, length, and keyword density are important because they make users engage more, spend more time on the website, share our content on their social networks, and make our link profile positive by building links on the web. So on-page SEO seems to be a good starting point for startups.

After reviewing the literature and the results of the analysis conducted I would like to make a recommendaton on how to start the process of SEO. The first task in Search Engine Optimization is to determine the needs of consumers to identify the keywords they use. As a small business, which is usually less trusted, it is advisable to choose longer keywords so as to target consumers with lower competition and higher conversion rates. Once we have identified and selected the keywords, we need to place them in different sections of the website. In terms of

structure, we need to include them first in the URL title, which should be as short as possible, then in the meta title, which should be designed to encourage consumers to visit our website, and also in the description, making sure we have an optimal keyword density of 1-2%. Website text needs to be well trimmed, airy and large enough to display well on mobile devices. Content elements should not only consist of text, but also images and videos. These support vertical marketing systems, which are an SEO factor, and help us reach more customers. To do this, we need to fill the images ALT tags, which are their own titles. The size of these tags, as well as the entire site, should be as small as possible, as this affects the loading speed, which directly affects the appearance as an SEO factor, but also indirectly affects the Off-Page elements.

In a rapidly changing discipline like search engine optimization, everything changes except for the "evergreen" techniques gleaned from previous literature and Google algorithm updates. This is illustrated by the fact that just as this article is being written, the latest algorithm update has been released by Google that places even more emphasis on quality (Schwartz, 2021). This has upended previous rankings, much to the chagrin of businesses who could only start readjusting their advanced SEO settings 1 week before the Black Friday promotions.

6. Abstract

Based on current trends, this study attempts to find a solution to one of the biggest questions in the online world today: How do you start doing SEO when the success of a small competitor ensures that it achieves a good position in the SERP and organically directs customers to its website. After reviewing the literature, it becomes clear that newcomers going online should start with On-Page SEO, which provides a solution in the initial phase and then helps the website to emerge well prepared from the site factors.

Keywords: SEO, On-Page SEO, SEO analysis, Search Engine Optimization.

References

- Andanov, A. (2020) „The Application of Search Engine Optimization in Internet Marketing” Conference: 2020 55th International Scientific Conference on Information, Communication and Energy Systems and Technologies (ICEST)At: Nis, Serbia
- Cojocariu, A. (2021) "How Page Speed Affects SEO & Google Rankings | The 2021 Page Speed Guide" <https://cognitive-seo.com/blog/22865/page-speed-seo/> (Downloaded: 2021.11.17)
- Dean, B. (2021) "Google's 200 Ranking Factors: The Complete List" <https://backlinko.com/google-ranking-factors>. (Downloaded: 2021.11.17)
- Fard, J. S. M. & Kouhzadi, M. (2020) „An Analysis of the Impact of SEO on University Website Ranking” Iranian Journal of Information Processing and Management, 34(4), pp. 1787-1810
- Ghulam, A. Hyder, M. & Rahu, S. (2017) „On-Page Search Engine Optimization (SEO) Techniques Model: A Use Case Scenario of a Business Entity Website” International Journal For Research In Applied Science & Engineering Thechnology. Volume 5. Issue XI.
- Grappone, J. & Couzin, G. (2011) „Search Engine Optimization (SEO): An Hour a Day”, 3rd Edition, ISBN: 978-0-470-90259-2 P. 4. Chapter 1.
- Hayati, M. & Meylasari, D. (2018) "Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO)" Sebagai Media Promosi. Jurnal Informatika 5. pp. 295.
- Hidayanto, A. N. et. Al. (2012) "A Study of impact of search engine optimasition to internet marketing strategy". International Journal of Services Economics and Management 4. pp. 2
- Hmdy, A. (2021) "On-Page SEO Research". DOI: 10.13140/RG.2.2.32504.78089
- Hodder, D. (2021) "SEO Periodic table - 2021" <https://www.david-hodder.com/wp-content/uploads/2021/06/SEO-Periodic-Table-2021.pdf> (Downloaded: 2021.11.17)
- Kritzinger, W. T.& Weideman, M. (2017) „Development of a search engine marketing model using the application of a dual strategy” Unpublished Doctoral Thesis, Cape Peninsula University of Technology, Cape Town. Graduated 12

Kumar, N., Gupta, P. & Agarwal, S. (2014) "Search Engine Optimization: is your website optimized with correct SEO techniques?" Applied Science and Engineering Progress 2.

Kumar, G., Jaiswal, V. K. & Paul, R. K.(2019) „On Page & Off Page SEO Optimization of a Job Portal Website on Google Search Engine” IJSRD - International Journal for Scientific Research & Development| Vol. 7, Issue 04, ISSN (online): 2321-0613 pp. 199-203

Matošević, G. (2015) „Measuring the Utilization of On-Page Search Engine Optimization in Selected Domain” Journal of Information and Organizational Sciences 39(2):199 LicenseCC BY-NC-ND 4.0

Matošević, G., Dobša, J. & Mladenčić, D. (2021) „Using Machine Learning for Web Page Classification in Search Engine Optimization” Future Internet 13(1):9 DOI: 10.3390/fi13010009 LicenseCC BY 4.0

Mustafa, R. U., Nawaz, M. U. & Lali, M. I. (2015) „Search Engine Optimization Techniques to get high score in SERP’s Using recommended guidelines” Sci.Int.(Lahore),27(6),5079-5086, ISSN 1013-5316; CODEN: SINTE 8 p. 5079-5085

Nagarkoti, R. (2019) "What is crawling in SEO?" <https://www.quora.com/What-is-crawling-in-SEO> (Downloaded: 2021.11.17)

Patel, S. K., Prajapati, J. & Patel, R. (2012) "SEO AND CONTENT MANAGEMENT SYSTEM" Project: CMS Development

Pistol, L., Epure, M. & Bucea-Manea-Tonis, R. (2016) „WEB-Marketing Strategy for SMEs” Procedia of Economics and Business Administration ISSN: 2392-8174, ISSN-L: 2392-8166

Schwartz, B. (2021) „Google releases November 2021 spam update” <https://searchengineland.com/google-releases-november-2021-spam-update-375776> (Downloaded: 2021.11.26)

Shaun, A. (2021) "What Is The IDEAL Keyword Density Percentage For SEO" <https://www.hobo-web.co.uk/keyword-density-seo-myth/> (Downloaded: 2021.11.17)

Vivian (2019) "Long Tail Keywords: A Strategy to Increase Conversion Rate" <https://seopressor.com/blog/long-tail-keywords-increase-conversion-rate/> (Downloaded: 2021.11.17)

Analysing tools:

Google Mobil friendly test: <https://search.google.com/test/mobile-friendly>
Google Speed Insight: <https://pagespeed.web.dev/report?url=https%3A%2F%2Fbessevideo.hu%2F&hl=HU>
SEO Site Checkup: <https://seositecheckup.com/>

SZÉNERŐMŰVEK SZEREPE KÍNA ENERGIAMIXÉBEN

Péter Bihari

Miskolci Egyetem – Gazdaságtudomány kar
b_peti@vipmail.hu

1. Bevezetés

A környezetvédelem egy olyan megkerülhetetlen téma a mai világban, ami nem csak a jövőnket befolyásolhatja számottevően, de akár a jelenünket is. Nem meglepő tehát, hogy tudományos körökben is kiterjedt a téma vizsgálata, legyen szó akár jövőkutatásról, az élővilágra gyakorolt negatív hatásokról, vagy az energiaelőállítás következményeiről.

Dolgozatom célja bemutatni, hogy európai szintű megoldást próbálunk találni egy globális problémára, figyelmen kívül hagyva az egyes országok gazdasági érdekeit és a szénerőművek által kínált relatíve olcsó energia lehetőségét.

Ennek megfelelően a következő néhány oldalban a szénerőművek kivezetésének lehetőségét fogom vizsgálni a fejlett országok (Európai Unió országai) és a tevékenységgel összefüggő legnagyobb károsanyag kibocsátó ország, Kína vonatkozásában.

A téma elemzéséhez elsősorban szekunder kutatást fogok alkalmazni, felhasználva az elmúlt években megjelent számos tanulmányt, melyek Kína energiapolitikáját vizsgálják.

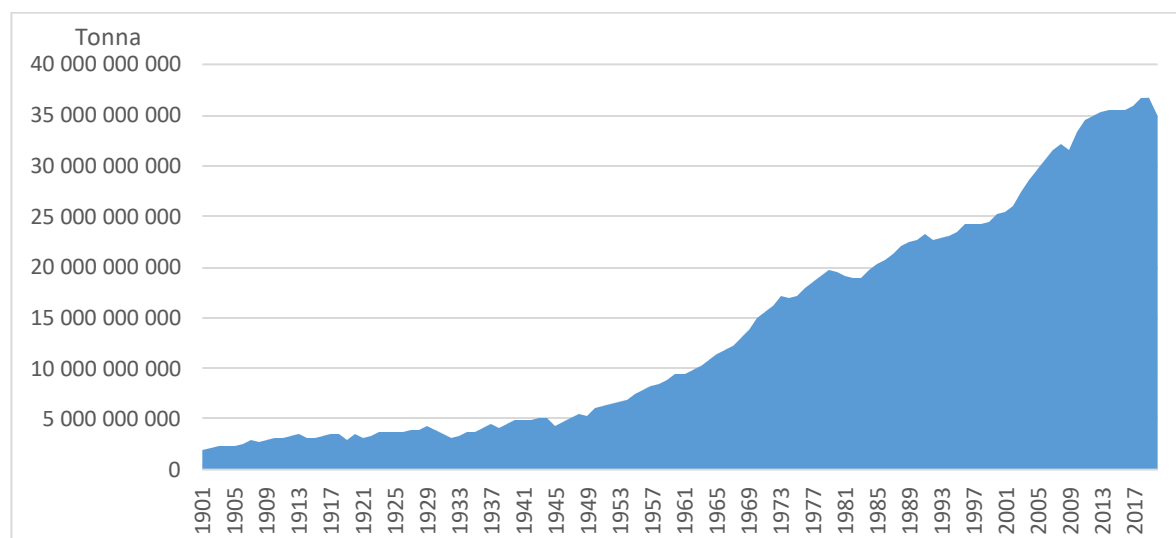
2. A globális felmelegedés hatásai

Bolygónk 4,5 milliárd éves története során többször is előfordult már, hogy az éghajlat kiugró módon megváltozott, azonban az ipari forradalom óta tapasztalt változásra még eddig nem volt példa a történelemben.

A hőmérséklet felgyorsult ütemű emelkedése az üvegházhatású gázoknak köszönhető, ezen belül is főleg a CO₂-nek (a károsanyag kibocsátás 76%-a széndioxid), amelyek elsősorban a fosszilis tüzelőanyagok égetése miatt kerülnek a levegőbe. (Európai Unió 2020)

Sajnálatos módon az utóbbi 250 évben a levegő széndioxid szintje mintegy 50%-kal nőtt az atmoszférában, ami az átlaghőmérséklet 1°C-os emelkedésében is megmutatkozott, ám a trend továbbra is töretlen. Tudósok becslése alapján a 21. század végére (jelenlegi kibocsátási tendenciákat alapul véve), akár 3-5°C-kal is növekedhet a Föld átlaghőmérséklete, ami beláthatatlan következményekkel járna. Megolvadnának az északi- és déli sarki jégtakarók, megemelkedne a tengerszint és a kiszámíthatatlan, zord időjárási viszonyok mindennapossá válnának. (Föld Napja Alapítvány 2021)

A CO₂ kibocsátás növekedésének a háttérében legfőképpen a széntüzelésű erőművek állnak, amelyek viszonylag olcsón képesek energiát előállítani mind a gazdaság, mind pedig a lakosság számára. (Horváth et al., 2022)



1. ábra: Évenkénti széndioxid kibocsátás mértéke 1900-2017
Forrás: Saját szerkesztés Statista (2021) alapján

Ahogy azt a fenti ábrán is láthatjuk, az elmúlt 120 évben mintegy húszszorosára nőtt a fosszilis nyersanyagok és a cementgyártás következtében az évente a légkörbe kerülő széndioxid mennyisége. Ez egyrészt annak köszönhető, hogy a világ szinten minden országában az tapasztalható, hogy egyre nagyobb a gazdaság és a lakosság energia igénye,

másrészt pedig annak, hogy a fejlődő országok számára egyszerű és relatíve olcsó megoldást kínál a szénerőművek telepítése.

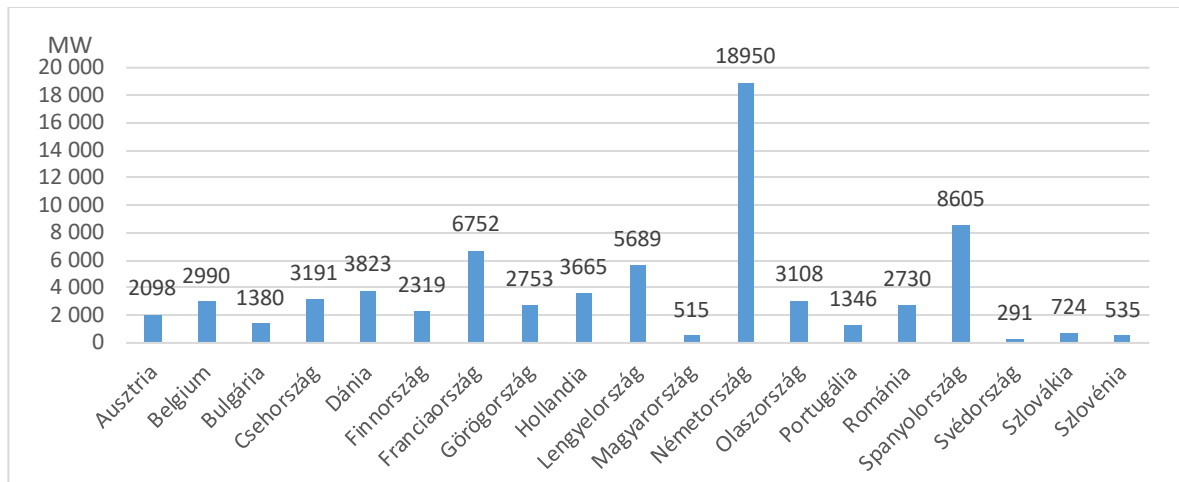
3. A Párizsi Megállapodás jelentősége

Hogy valamilyen módon sikerüljön ezt a negatív trendet megtörni, 2015-ben létrejött a Párizsi Megállapodás, melynek célja, hogy csökkentse az üvegházhatású gázok kibocsátását az atmoszférába, meggátolva ezzel, hogy az átlaghőmérséklet 1,5°C-kal magasabb értéket érjen el, mint az ipari forradalmat megelőző időszakban. A feladat nem tűnik egyszerűnek annak a fényében, hogy a világ energiafelhasználásának mintegy a 25%-át szénerőművek által generált energia adja, és a fejlődő országokban ez az arány akár jóval magasabb szintet is elérhet, mindazonáltal a megállapodás jelentőségét bizonyítja, hogy 195 ország köteleződött el eme nemes cél mellett. (United Nations 2021)

4. Szénerőművek az Európai Unióban

Az Európai Unió országai az elmúlt években komoly erőfeszítéseket tettek annak érdekében, hogy kivezessék a széntüzelésű erőműveket az energiamixükből, a hiányzó kapacitásokat pedig lehetőleg környezet barát, megújuló energiaforrásokkal pótolják. Ennek hatására az EU27 szénerőművek CO₂ kibocsátása 2015 és 2020 között mintegy 45%-al csökkent.

Fontosnak tartom kiemelni, hogy ez az eredmény nem csak néhány ország erőfeszítéseinek köszönhető, hanem az egész közösség elköteleződésének.



2. ábra: 2010-2021 között megszűnt szénerőművi kapacitások az EU 27-ben

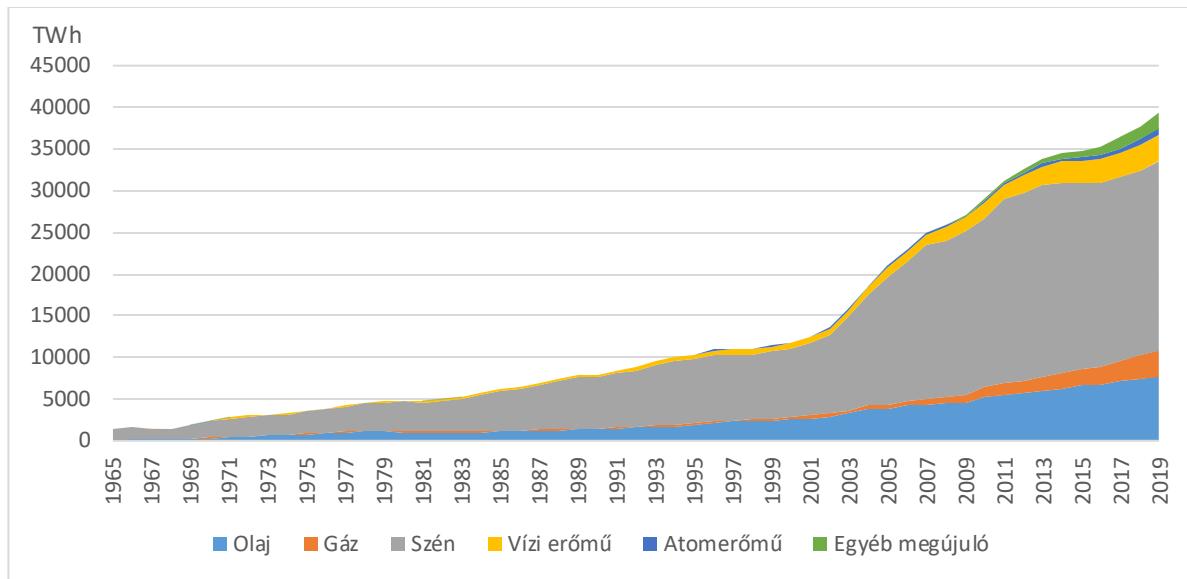
Forrás: Saját szerkesztés Global Energy (2021) alapján

Ahogy az a 2-es ábrán látható, a legnagyobb mértékben Németország szénerőműveinek a kapacitása csökkent az elmúlt 10 évben, mintegy 18.950 megawattal, majd őket követi Spanyolország (8.605 MW), Franciaország (6.752 MW) és Lengyelország (5.689 MW). (Keles, Yilmaz, 2020) A folyamat eredményeként mára már 9 tagállam mondhatja el magáról hogy nem szerepel szénerőművek által előállított energia az energia mixükben és 2030-ig további 12 tagállam jelezte, hogy teljes mértékben leépítik a kapacitásaikat. (Global Energy Monitor 2021)

5. Szénerőművek szerepe Kína gazdaságában

Európai polgárként gyakran hajlamosak vagyunk arra, hogy csak a saját környezetünket vizsgáljuk, azonban a szénerőművi kapacitások tekintetében komoly hiba lenne nem szót ejteni az egyik legnagyobb „játékosról” Kínáról.

Ez az ország egyedül rendelkezik a világ szénerőművi kapacitásainak az 51%-al és sajnos ennek megfelelően a világ energiaszektor általi CO₂ kibocsátásának a 33%-ért is ő felelős. Sajnos ez nem is meglepő annak a ténynek a tudatában, hogy fejlődő országról lévén szó, a megtermelt energia mintegy 55%-át szénerőművek biztosítják és a megújuló energia aránya mindössze 12%. (Our World in Data 2021a)



3. ábra: Kína energiafogyasztása energiahordozók szerint
 Forrás: Saját szerkesztés Our World in Data (2021b) alapján

Ezzel egyidőben, hogy a felhasznált energia nagy része szén-erőművekből származik, az ország energiaigénye is folyamatosan növekszik, 2019-ben már elérte a 39.300 terrawattórát, amelynek a kielégítése komoly kihívásokat jelent. (Liu, Ren, Wang, 2021)

Tekintettel arra, hogy a Párizsi Megállapodás aláírói között Kínát is megtaláljuk, ezért valamilyen módon elkötelezettnek mondható az ország, hogy a felhasznált energia nagy részét megújuló erőforrásokból nyerjék a jövőben, azonban a nemzetközi híreket elemezve azt láthatjuk, hogy ez az elköteleződés inkább hosszú távon jelentkezik, mintsem az azonnali nagy horderejű változásokban.

Ezt támasztja alá a „Cap and Trade” rendszer is, melynek lényege, hogy a legtöbb károsanyag kibocsátással rendelkező szektorokban bevezetnek egy károsanyag kibocsátási felső határt, és aki ezt túllépi, annak a piacról kell extra kvótát vásárolnia. A módszer alapvetően hasonló felépítésű, mint az Európai Unió által bevezetett ETS rendszer, azzal a fontos különbséggel, hogy a többletkibocsátás költségeit teljesen más mértékben határozták meg. (Wei, Li-Feng, Hong-Yanc, 2021) Közgazdászok szerint a CO₂ kibocsátást napjainkban 40\$ és 80\$ közötti értékben kellene „megadóztatni”, majd 2030-ig megemelni az árat 50\$ és 100\$ közé annak érdekében, hogy elősegítsük a széntüzelésű erőművek kivezetését. Az Európai Unióban jelenleg ennek az elképzelésnek megfelelő ár alakult ki, jelenleg 75\$-os árfolyamot láthatunk, míg Kína jelentősen eltér ettől (TradingEconomics 2021). A jelenleg

kiadott 14. Ötéves Tervben a 2021-es CO₂ kibocsátás után körülbelül 6,5\$-os árat kell fizetni, majd az időszak végére 2025-re ez az érték 10\$ környékére fog emelkedni, arról már nem is beszélve, hogy csak a legnagyobb kibocsátással járó tevékenységek lettek ebbe a rendszerbe bevonva, ami körülbelül az üvegházhatású gázok kibocsátásának mindössze a 30%-át fedi le. Ez azt jelenti, hogy az éves szinten körülbelül 7 billiárd tonna CO₂ kibocsátás csökkentésére semmilyen ösztönző rendszer nincs jelenleg életben. (Kleinman Center 2021; Our World in Data 2021b)

A közgazdászok és a környezetvédők egyaránt bíznak abban, hogy a 2026-tól kezdődő időszakban Kína is jelentősen meg fogja emelni a CO₂ kibocsátás költségeit és ezzel egyidőben kiterjeszti majd a résztvevők körét is.

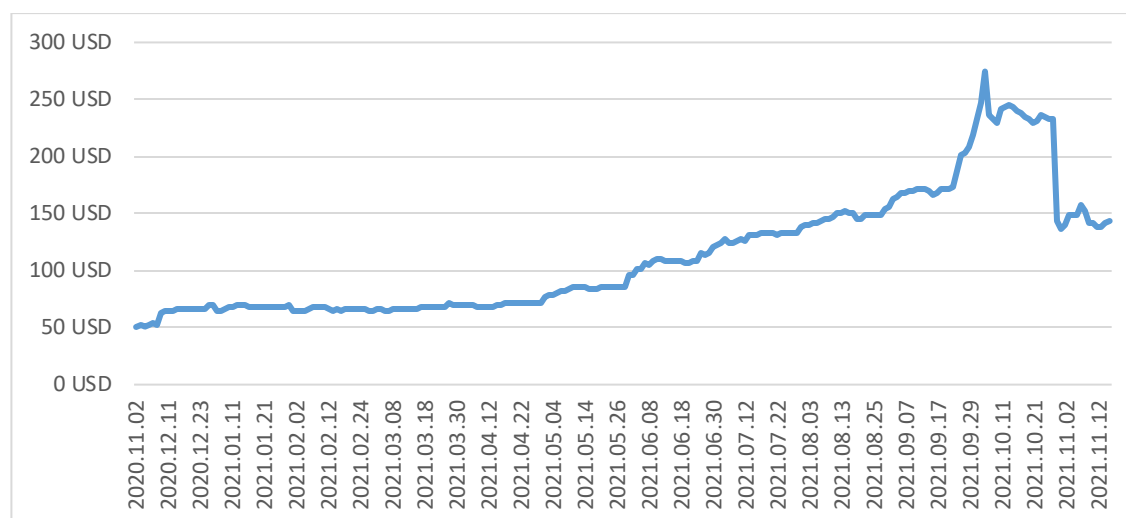
Ezzel az elképzeléssel cseng össze Xi Jinping 2020-as bejelentése, mely szerint országa 2030-ra fogja elérni a károsanyag kibocsátás legmagasabb értékét, majd folyamatos csökkenésnek indul, 2060-ra elérve ezzel a nettó zéró kibocsátást.

Hogy ez megvalósulhasson, nem csak az energia mix összetételén kell változtatni, hanem az energia felhasználás módján is. 2006-ban jelentették be, majd végül csak 2016-tól léptették életbe a „Dual Control Policy-t”, mellyel az egyes provinciák energia fogyasztását és a termeléshez szükséges energiaintenzitást kívánják szabályozni. (Wang, Fang, Yu, 2021)

Az első években sikerrel vette az akadályt a kínai gazdaság, hogy csökkentsék a felhasznált energiaintenzitást és javítsák az energiahatékonyságot, azonban ezt a trendet 2019-ben a COVID járvány kitörése megtörte. A megnövekedett keresletnek köszönhetően a termelés fokozatosan eltolódott a magas energiaintenzitású folyamatok irányába, aminek köszönhetően 2021 első félévében 17%-os emelkedést látunk az energiafogyasztásban, ami jelentősnek mondható. (IHS Markit 2021; CGTN 2021)

Tekintettel arra, hogy ezt a növekedést más forrásból nem tudták kielégíteni fokozni kellett a szénérőművek működését, ami a vizsgált időszak energiamixében is megmutatkozott, 62%-ra nőtt az ebből az energiaforrásból származó energia összessége (2019-ben ez 57% körül volt és folyamatosan csökkent). Ennek hatásai azonban a világgiazi árakban is megjelentek, mivel a világ szénfelhasználásának több mint

feléért Kína a felelős, ezért ha ott megnő a kereslet, ez az árakban is éreztetni fogja a hatását. (BBC 2021)



4. ábra: A szén világszertei árának változása az elmúlt egy évben
Forrás: Saját szerkesztés Business Insider (2021) alapján

A helyzetet az sem segítette, hogy 2019-ben politikai okok miatt Kína beszüntette a szénimportot Ausztráliától, aki eddig az első számú beszállítója volt az ázsiai országnak, így nem meglepő, hogy a szén világszertei ára jelentősen nőtt az elmúlt egy évben (volt olyan időszak amikor az ötszörösére). (Reuters 2021a)

Ettől a perctől kezdve nem az volt a kérdés, hogy milyen megújuló energiaforrások irányába tudják eltolni az ország energia mixét, hanem az, hogy egyáltalán képesek lesznek-e arra, hogy előállítsák a megfelelő mennyiségű energiát, ami a gazdaság működtetéséhez nélkülözhetetlen.

Augusztusban és szeptemberben több mint 20 provinciában kellett kisebb vagy nagyobb időszakokra korlátozni az ipar energiafogyasztását, ami viszont a globális ellátási láncokban okozott komoly kimaradásokat, illetve a kínai gazdaság fejlődési potenciálját is rontotta. Guangdong tartományban például, amely a kínai export 23%-át adja értékben, a csökkentett termelés miatt túlkínálat alakult ki az szállítási kapacitások tekintetében, ami körülbelül 40%-os bevétel kiesést eredményezett a szállítási cégeknek. (CNBC 2021a)

A hírek hatására a világ legnagyobb bankjai sorra jelentették be, hogy Kína GDP növekedésének a potenciálját a 2021-es évre visszavágják 0,2-0,5% közötti értékekkel, aminek akár hosszútávú következményei

is lehetnek. Amennyiben a befektetők úgy gondolnák, hogy az energiaellátás nem megfelelő az országban, az új gyáregységek telepítése kapcsán lehetséges, hogy másik célországot fognak választani beruházásaikhoz, vagy akár a jelenlegi kapacitásaikat is áthelyezhetik. (CNBC 2021b)

Az ország vezetésének céljai egyértelműek, a kialakult helyzet enyhítésére csak az elmúlt 1 hónapban több mint 70 rendeletet hoztak, azzal a nem titkolt céllal, hogy növeljék a szénerőművek energiatermelésének hatásfokát, legyen szó akár a szén kitermeléséről, szállításáról, vagy az előállítás folyamatáról. Ezzel egyidőben, feloldották az Ausztráliai szénimportra vonatkozó tiltásokat és Mongóliából is növelték a behozatalukat, aminek meg is lett az eredménye, október végére elkezdett stabilizálódni a nyersanyag világszintű ára. (Reuters 2021b)

6. Konklúzió

Összességében tehát jól látható, hogy Kína gazdasága nagymértékben támaszkodik a szénerőművek által előállított energiára (2019-ben az előállított energia 58%-át nyerték szénerőművekből), melynek hiányában komoly problémák lépnek fel a termelést és a globális ellátási láncokat vizsgálva. Nem meglepő tehát, hogy bár a Párizsi Klímaegyezményt Kína is aláírta, a célok elérése kapcsán nem egyértelmű, hogy mi lehet az az időtáv, amikorra reálisan elérhetik a nettó zéró CO₂ kibocsátást, már csak azért sem, mert az ország energiaigénye továbbra is növekvő tendenciát mutat, amit a fent említett szénenergiával tudnak kiszolgálni. Vitathatatlan, hogy ezzel egyidőben igyekeznek a megújuló energiahordozók arányát is növelni az energiamixükben, de ezek az erőfeszítések még mindig nem tekinthetőek jelentősnek az ország energiaigényét figyelembe véve, ráadásul a napelemek előállításához megint csak nagy mennyiségű energiára lenne szükség, ami rövidtávon nem jelenthet megoldást. A környezetvédelmi szempontok figyelembevétele természetesen megjelenik a Kínai Kommunista Párt gondolkodásában és kommunikációjában, de az utóbbi hónapok eseményei egyértelművé tették, hogy a gazdasági fejlődésüket nem fogják kockáztatni egy zöldebb gazdaság kialakítása érdekében, így valószínűsíthető, hogy hosszú évekig a szénenergia fogja az energiamixük alapját jelenteni.

Hivatkozások

BBC (2021): How China shapes the world's coal

<https://www.bbc.com/future/article/20211028-how-chinas-climate-decisions-affect-the-world>

Letöltés ideje: 2021. november

CGTN (2021): China says to firmly control energy-hungry and high-emission projects

<https://news.cgtn.com/news/2021-09-16/China-says-to-firmly-control-energy-hungry-and-high-emission-projects-13BHIfbRCes/index.html>

Letöltés ideje: 2021. november

CNBC (2021a): Why China's power crunch is such a big deal

<https://www.cnbc.com/2021/09/30/heres-how-big-a-deal-chinas-power-crunch-is-for-the-economy.html>

Letöltés ideje: 2021. november

CNBC (2021b): Here's how much 10 big banks have cut their China growth forecasts

<https://www.cnbc.com/2021/10/15/china-economy-gdp-forecasts-by-goldman-jpmorgan-citi-stanchart.html>

Letöltés ideje: 2021. november

Európai Unió (2020): Mi az éghajlatváltozás

https://europa.eu/youth/get-involved/sustainable%20development/what-climate-change_hu

Letöltés ideje: 2021. november

Föld Napja Alapítvány (2021): Éghajlatváltozás VS Klímaválság

<http://fna.hu/vilagfigyelo/eghajlatvaltozas>

Letöltés ideje: 2021. november

Global Energy Monitor (2021): Global Plant Tracker

<https://globalenergymonitor.org/projects/global-coal-plant-tracker/>

Letöltés ideje: 2021. november

Horváth, Á., Takács Papp, A., Lipták, K., Molnár, L., Szűcs Markovics, K., Ioana, M., & Musinszki, Z. (2022). Decarbonisation and financial performance of energy companies. *Amfiteatru Economic*, 24(61), 701–719. <http://doi.org/10.24818/EA/2022/61/701>

IHS Markit (2021): China's "dual-control" implementation: A tight balancing act amid the energy transition

<https://ihsmarkit.com/research-analysis/chinas-dualcontrol-implementation-a-tight-balancing-act-amid-t.html>

Letöltés ideje: 2021. november

Keles, Yilmaz (2020): Decarbonisation through coal phase-out in Germany and Europe — Impact on Emissions, electricity prices and power production

Energy Policy Volume 141, June 2020

Kleinman Center for Energy Policy (2021): Energy Policy Prospects and Contradictions

<https://kleinmanenergy.upenn.edu/news-insights/chinas-14th-five-year-plan-energy-policy-prospects-and-contradictions/>

Letöltés ideje: 2021. november

Liu, Ren, Wang (2021): Energy efficiency rebound effect research of China's coal industry

Energy Reports, Volume 7, November 2021, Pages 5475-5482

Markets Insider (2021): Coal price

<https://markets.businessinsider.com/commodities/coal-price>

Letöltés ideje: 2021. november

Our World in Data, 2021a: CO2 emissions

<https://ourworldindata.org/co2-emissions>

Letöltés ideje: 2021. november

Our World in Data, 2021b: China: CO2 Country Profile

<https://ourworldindata.org/co2/country/china>

Letöltés ideje: 2021. november

Our World in Data, 2021c: China: Energy Country Profile

<https://ourworldindata.org/energy/country/china>

Letöltés ideje: 2021. november

Reuters, 2021a: China wields political might to cool coal prices, but winter looms

<https://www.reuters.com/business/energy/china-wields-political-might-cool-coal-prices-winter-looms-2021-11-12/>

Letöltés ideje: 2021. november

Reuters, 2021b: China turns to stranded Australian coal to combat powercrunch -trade

<https://www.reuters.com/world/asia-pacific/china-turns-stranded-australian-coal-combat-power-crunch-trade-2021-10-05/>

Letöltés ideje: 2021. november

Statista 2021: Historical carbon dioxide emissions from global fossil fuel combustion and industrial processes from 1750 to 2020

<https://www.statista.com/statistics/264699/worldwide-co2-emissions/>

Letöltés ideje: 2021. november

Trading Economics, 2021: EU Carbon Permits

<https://tradingeconomics.com/commodity/carbon>

Letöltés ideje: 2021. november

United Nations, 2021: The Paris Agreement

<https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/the-paris-agreement>

Letöltés ideje: 2021. november

Wang, Fang, Yu (2021): Potential gains from energy quota trading in China: From the perspective of comparison with command-and-control policy

Journal of Cleaner Production, Volume 315, 15 September 2021

Wei, Li-Feng, Hong-Yanc (2021): Impact of cap-and-trade mechanisms on investments in renewable energy and marketing effort Sustainable Production and Consumption, Volume 28, October 2021, Pages 1333-1342

FINANCIAL PERFORMANCE ANALYSIS OF JORDANIAN COMMERCIAL BANKS USING CAMELS RATING MODEL

Saleh Jawarneh

Ph.D. Student

University of Miskolc

1. Introduction

Banks have great importance in economic and social life, as the banking sector is a key element in consolidating confidence in the state's policy and its care for Islamic banks, as banks are the lifeblood of any country's economy, hence the importance of controlling banks in maintaining the integrity of their financial centers and achieving a good banking sector that preserves the rights of depositors and investors, and ensures the proper implementation of the state's monetary policy in an appropriate manner to contribute effectively to the national economy.

Evaluating banks' performance by relying on all modern and advanced means, tools, and methods. Therefore, it has become necessary for banks to have a new evaluation system that keeps pace with global developments and stays away from traditional methods. They represent early warning indicators of risks that may occur before their exacerbation, and one of the most important of these criteria is the bank's assessment system according to the indicators resulting from the field examination process or the so-called American banking assessment system CAMELS.

Given the role that the banking sector plays in the economy of any country, and given the negatives that expose the bank to problems, it is necessary for the supervisory authorities in any country to know the integrity of the various components of its banking system, in order to take corrective measures in a timely manner and reduce losses that the economy may be exposed to, the CAMELS banking evaluation system presents itself as one of the tools that enable the supervisory authorities to verify the safety of their banks, and accordingly this rese-

arch aims to put the Jordanian banks' under study and apply the CAMELS Model to them in order to reach a perception of Jordan's banking situation and ranking.

The Jordanian Banking Industry is regulated by the Central Bank of Jordan (CBJ). The CBJ Act was passed in 1959 and was established in 1964. The Jordanian government owns the entire capital of the Central Bank, which has been increased in stages, from one million to eighteen million Jordanian dinars, and despite the government's ownership of its capital, the Central Bank enjoys, according to the provisions of its law, an independent legal personality (Central Bank of Jordan, 2020). It is the only single institution that can issue and regulate bank notes and coins, maintaining and managing the Kingdom's reserves of gold and foreign exchange to maintain monetary stability in the Kingdom.

2. CAMELS Model

The CAMELS model is a rating method to assess a bank's overall health. It was first established in the United States in the 1970s by three federal banking supervisors of the U.S. (the Federal Reserve, the Federal Deposit Insurance Corporation, and the Office of the Comptroller of the Currency). It applies to every bank and credit union in the United States, and it is also enforced by numerous financial supervisory authorities outside the United States (Girija & Nayak, 2020).

The CAMELS rating model was modified in 1997 and added a sixth component, Sensitivity to Market Risk ("S") to address price and interest rate risks. Each component of the CAMELS model is rated on a scale of 1 to 5, with 1 standing for the best and 5 for the worst (NATIONAL CREDIT UNION ADMINISTRATION, 2021). The model has six factors to be examined. C—Capital Adequacy, A—Asset Quality, M—Management Efficiency, E—Earning Ability, L—Liquidity and S—Sensitivity to market risk.

3. Literature Review

Huang and Yu (2012) examine the financial determinants of bank performance in Taiwan from the period of 2005-2007 (pre-crisis period) and during 2008-2010 (post-crisis period). The findings show that the relationship between the return on assets and certain CAMEL ratios

remains strong. Moreover, in terms of asset quality, it shows that there is high protection against external shocks during the pre- and post-crisis period (Huang & Yu, 2012)

Anteneh, Arega and Yonas, (2011), the pioneer researches made the evaluation of the performance of the selected commercial banks of Ethiopia using the CAMEL framework for the period of 2000-2010 and they found that independent variables in the CAMEL framework have highly explained the performance variables i.e., return on assets and return on equity (Anteneh, et al., 2011).

Bawaneh and Dahiyat (2019) study used the CAMELS rating model to present a comprehensive financial evaluation of commercial banks listed in the Amman Stock Exchange (ASE). And this study aimed to study the effect of the CAMELS model on the performance of the banks. The study was based on a sample of 13 commercial banks in Jordan during the period 2012-2018. The results of this study found that there is a significant effect of the CAMELS dimensions management efficiency, earning quality, liquidity, and risk sensitivity on the financial performance of commercial banks, but there is no statistically significant effect of the CAMELS dimensions capital adequacy and asset quality on the performance of commercial banks (Bawaneh & Dahiyat, 2019).

Kaddumi (2017) studied and evaluated the financial soundness of Jordanian commercial banks using the CAMEL model. The study contained all banks listed in Amman Stock Exchange –ASE 15 Banks (2 Islamic banks and 13 Commercial banks). The study covered a period of 5 years (2011-2015). Kaddumi (2017) used total shareholders' equity to risk-weighted assets ratio in capital adequacy factor, total assets to total liabilities ratios to study assets quality factor, total assets to total deposit to study management efficiency factor, net profit to total equity ratio to study earning quality factor, and quick ratio (current assets minus inventory divided by current liabilities) to analyze liquidity adequacy. The finding indicated that all Jordanian banks' performance is within the acceptable norms, despite of the difference in indicator values of the CAMEL approach, as the statistical analysis pointed out that there is no significant difference in the performance of Jordanian banks. The study also depicted the performance of all Jordanian banks indifferent which might be due to the similar attitude applied by Jordanian banks, and the low level of competition between them, in addition

to the applications of strict legislations by the Central Bank of Jordan - CBJ towards deposits, loans and different types of financial services (Kaddumi, 2017).

4. Methodology

In this study, several indicators are chosen in each of CAMELS category and all indicators are calculated for 12 Jordanian banks listed in Amman Stock Exchange – ASE and then the results are compared with the average of industry and a ranking of each bank. The study covers a period of 5 years from 2016 to 2020.

Under the CAMELS model, the rating of individual banks is done along with six key parameters and in each parameter, there are different ratios, as follow:

1. Capital Adequacy
 - (1) Tier I Capital to t
 - (2) Tier II Capital
 - (3) Capital Adequacy Ratio (CAR)
2. Asset Quality
 - (1) Gross Non-Performing Assets to Total Advances
 - (2) Net Non-Performing Assets to Total Advances
3. Management Capability
 - (1) Profit Per Employee
 - (2) Business Per Employee
 - (3) Net Profit Per Branch
4. Earning Quality
 - (1) Return on Assets (ROA)
 - (2) Return on Equity (ROE)
 - (3) Net Interest Margin to Total Fund
5. Liquidity
 - (1) Credit Deposit Ratio
 - (2) CASA to Total Deposit
 - (3) Government Securities to Total Investment
6. Sensitivity to Market Risk
 - (1) Doubtful debt to Total Loans
 - (2) Provisions of Loan to Total Loans
 - (3) (Bad Debt and Overdue) to Total Loans

5. Results and Discussion

Table 1.: Capital Adequacy 2016-2020

Banks	Tier I %		Tier II %		CAR %		Group Bank	
	Average	Rank	Average	Rank	Average	Rank	Average	Rank
Arab Bank	13.65%	10	0.28%	12	13.92%	11	9.28%	11
Jordan Ahli Bank	14.25%	9	1.26%	2	14.66%	9	10.05%	9
Bank of Jordan	18.22%	1	0.60%	6	18.82%	1	12.55%	1
Cairo Amman Bank	15.05%	7	1.09%	3	16.14%	5	10.76%	5
Societe Generale de Banque-Jordanie	17.76%	3	0.45%	9	18.21%	3	12.14%	3
Capital Bank of Jordan	14.57%	8	1.42%	1	15.99%	8	10.66%	8
Invest Bank	15.61%	6	0.45%	10	16.06%	7	10.71%	7
Bank El Eithad	13.23%	11	0.93%	4	14.16%	10	9.44%	10
Arab Jordan Investment Bank	15.65%	5	0.43%	11	16.08%	6	10.72%	6
The Housing bank for trading	16.34%	4	0.80%	5	17.14%	4	11.43%	4
Jordan Commercial Bank	11.97%	12	0.52%	8	12.64%	12	8.38%	12
Jordan Kuwait Bank	18.11%	2	0.54%	7	18.65%	2	12.43%	2

Table 1 shows that the Jordanian commercial banks are committed to the decisions of the Central Bank of Jordan for the capital adequacy ratio of 12%. Bank of Jordan came first with the highest value of CAR at 18.82%, Jordan Kuwait Bank came second not far from Bank of Jordan at 18.65. Arab Bank and Jordan Commercial Bank came last with 13.92% and 12.64% respectively.

Table 2.:_Asset Quality 2016-2020

Banks	Gross NPA to Total Advances %		Net NPAs to Net Advances %		Group Bank	
	Average	Rank	Average	Rank	Average	Rank
Arab Bank	7.88%	8	5.76%	7	6.82%	8
Jordan Ahli Bank	8.25%	9	6.88%	9	7.57%	9
Bank of Jordan	6.40%	6	5.80%	8	6.10%	6
Cairo Amman Bank	4.94%	2	4.27%	5	4.61%	3
Societe Generale de Banque-Jordanie	5.95%	4	3.79%	2	4.87%	4
Capital Bank of Jordan	9.23%	11	7.28%	10	8.25%	11
Invest Bank	6.87%	7	5.65%	6	6.26%	7
Bank El Eithad	4.95%	3	4.23%	4	4.59%	2
Arab Jordan Investment Bank	1.75%	1	1.97%	1	1.86%	1
The Housing bank for trading	5.95%	5	3.79%	3	4.87%	5
Jordan Commercial Bank	10.14%	12	8.17%	12	9.15%	12
Jordan Kuwait Bank	8.61%	10	7.62%	11	8.12%	10

Table 2 shows that all the banks NPA to Total Loans ratio (except Arab Jordan Invest bank and Bank El Eithad) are exceeding the critical average (5.5%), which indicates that the banks suffer from low quality of their assets.

Table 3.: Management Capability 2016-2020

Banks	Profit Per Employee		Business Per Employee		Net Profit Per Branch		Group Bank	
	Average	Rank	Average	Rank	Average	Rank	Average	Rank
Arab Bank	82,088	1	321,521	1	3,137,348	2	1,180,320	1
Jordan Ahli Bank	12,026	12	93,398	8	267,730	11	124,384	11
Bank of Jordan	21,281	9	75,669	10	547,367	6	214,773	6
Cairo Amman Bank	13,444	11	63,579	11	306,350	10	127,791	10
Societe Generale de Banque-Jordanie	29,659	7	99,131	6	479,829	8	202,873	7
Capital Bank of Jordan	45,139	3	159,599	2	2,072,771	3	759,170	3
Invest Bank	31,146	5	114,749	5	1,033,832	4	393,242	4
Bank El Eithad	31,074	6	135,684	4	3,257,938	1	1,141,565	2
Arab Jordan Investment Bank	22,262	8	80,003	9	494,068	7	198,778	8
The Housing bank for trading	39,564	4	146,441	3	746,709	5	310,905	5
Jordan Commercial Bank	62,994	2	6,616	12	154,338	12	74,650	12
Jordan Kuwait Bank	20,301	10	96,766	7	395,109	9	170,725	9

M-Management Capability ratios reflect the ability and efficiency of the bank's management in running its business and managing its risks (Dang, 2011). Table 3 shows all banks under study ranking. The management needs to enhance its ability and efficiency of the management in running its business and managing its risks.

Table 4.: Earning Quality 2016-2020

Banks	ROA %		ROE %		NIM to Total Fund %		Group Bank	
	Average	Rank	Average	Rank	Average	Rank	Average	Rank
Arab Bank	1.01%	5	7.02%	8	2.77%	8	3.60%	8
Jordan Ahli Bank	0.52%	11	4.74%	11	3.05%	7	2.77%	11
Bank of Jordan	1.59%	1	9.70%	1	4.95%	1	5.41%	1
Cairo Amman Bank	0.98%	6	8.20%	6	3.51%	2	4.23%	5
Societe Generale de Banque - Jordanie	0.58%	10	6.35%	9	1.51%	12	2.81%	10
Capital Bank of Jordan	1.23%	3	9.08%	4	2.69%	9	4.33%	4
Invest Bank	1.27%	2	8.07%	7	3.11%	6	4.15%	6
Bank El Eithad	0.92%	7	9.38%	2	3.32%	4	4.54%	3
Arab Jordan Investment Bank	0.86%	9	8.50%	5	2.39%	11	3.92%	7
The Housing bank for trading	1.17%	4	9.12%	3	3.48%	3	4.59%	2
Jordan Commercial Bank	0.36%	12	3.37%	12	2.57%	10	2.10%	12
Jordan Kuwait Bank	0.90%	8	5.45%	10	3.26%	5	3.20%	9

Most of the banks ROA% is less than 1%, this indicates that the Jordanian commercial banks suffer from a high operating expenses, which is critical.

Table 5.: Liquidity Quality 2016-2020

Banks	Credit Deposit Ratio %		CASA % to Total Deposit		Govt Sec to Total Investment		Group Bank	
	Average	Rank	Average	Rank	Average	Rank	Average	Rank
Arab Bank	44.61%	8	51.59%	3	17.89%	12	42.79%	1
Jordan Ahli Bank	52.48%	3	36.23%	8	86.57%	5	58.43%	7
Bank of Jordan	47.82%	5	66.21%	1	78.30%	9	64.11%	12
Cairo Amman Bank	39.47%	9	43.78%	5	82.66%	8	55.30%	4
Societe Generale de Banque - Jordanie	37.31%	10	44.29%	4	44.29%	10	59.78%	10
Capital Bank of Jordan	50.00%	4	34.04%	9	91.37%	3	58.47%	8
Invest Bank	85.92%	1	25.52%	12	41.54%	11	51.12%	2
Bank El Eithad	59.21%	2	37.72%	7	82.87%	7	59.93%	11
Arab Jordan Investment Bank	31.82%	12	26.68%	11	95.21%	2	51.24%	3
The Housing bank for trading	37.10%	11	52.20%	2	88.05%	4	59.12%	9
Jordan Commercial Bank	47.56%	6	28.25%	10	98.25%	1	58.02%	6
Jordan Kuwait Bank	46.29%	7	38.24%	6	84.18%	6	56.24%	5

CASA stands for Current Account and Savings Account. For current accounts, banks usually do not give any interest, and the rate of interest on savings accounts is also very low; it lies between 3-4 %. So, CASA is the cheapest source of funds for banks.

Table 6.: Sensitivity to Market Risk 2016-2020

Banks	Doubtful debts/Loans		Provisions of loan/Loans		(Bad debts + Overdue)/Loans"		Group Bank	
	Average	Rank	Average	Rank	Average	Rank	Average	Rank
Arab Bank	0.92%	7	8.74%	1	6.47%	6	5.38%	10
Jordan Ahli Bank	0.85%	6	4.37%	9	8.25%	9	4.49%	6
Bank of Jordan	0.70%	5	7.16%	4	6.07%	4	4.64%	7
Cairo Amman Bank	0.66%	3	4.34%	10	10.22%	12	5.07%	9
Societe Generale de Banque - Jordanie	0.94%	8	5.14%	7	6.02%	3	4.03%	3
Capital Bank of Jordan	1.13%	9	7.57%	3	7.49%	8	5.40%	11
Invest Bank	1.20%	10	3.98%	11	6.87%	7	4.02%	2
Bank El Eithad	1.84%	12	4.41%	8	6.37%	5	4.21%	5
Arab Jordan Investment Bank	0.49%	1	2.07%	12	1.97%	1	1.51%	1
The Housing bank for trading	0.69%	4	5.90%	5	5.82%	2	4.14%	4
Jordan Commercial Bank	1.28%	11	7.75%	2	8.60%	10	5.88%	12
Jordan Kuwait Bank	0.52%	2	5.70%	6	8.75%	11	4.99%	8

S-Sensitivity to market risk variable measures the bank's exposure to market risks, (Babar & Zeb, 2011). This gives that the commercial banks a control over the market risks and face any risk to which they may be exposed as well as the variety in the volume of the securities invested in them.

Table 7.: Overall Ranking 2016-2020

Banks	C	A	M	E	L	S	Average	Rank
Arab Bank	11	8	1	8	1	10	6.5	8
Jordan Ahli Bank	9	9	11	11	7	6	8.83	11
Bank of Jordan	1	6	6	1	12	7	5.5	4
Cairo Amman Bank	5	3	10	5	4	9	6	6
Societe Generale de Banque - Jordanie	3	4	7	10	10	3	6.17	7
Capital Bank of Jordan	8	11	3	4	8	11	7.5	10
Invest Bank	7	7	4	6	2	2	4.67	2
Bank El Eithad	10	2	2	3	11	5	5.5	5
Arab Jordan Investment Bank	6	1	8	7	3	1	4.33	1
The Housing bank for trading	4	5	5	2	9	4	4.83	3
Jordan Commercial Bank	12	12	12	12	6	12	11	12
Jordan Kuwait Bank	2	10	9	9	5	8	7.17	9

6. Conclusion

Firstly, the financial position of commercial banks in the context of capital adequacy parameter of the CAMEL model was explored. The study found that all banks out of the were able to achieve the CAR% above the level set by the CBJ.

Second, the study showed that the Gross NPA to Total Advances ratio of all sample banks (except Arab Jordan Invest bank and Bank El Eithad) are exceeding the critical average (5.5%), which indicates that the banks suffer from low quality of their assets

Most of the banks ROA% is less than 1%, this indicates that the Jordanian commercial banks suffer from a high operating expenses, which is critical.

In terms of liquidity, Government to securities ratio measures the proportion of risk-free assets in the total asset held by a bank, Jordan Commercial Bank came first with 98.25 % and Arab Bank came last with 17.89%.

Banks can use this method to calculate and discuss ratios and focus on some crisis and find best solution when there is competitive problem and try to challenge and get a new and better position between the others. In fact, the important aspect of CAMELS is to compare an organization with the others in internal and external industry.

References

Al-abadallat, A. Z., 2019. The Factors Affecting the Performance of the Jordanian Banks using Camels Model. *European Journal of Scientific Research*, 02 March, Volume 152, pp. 116-127.

Anteneh, G., Arega, S. & Yonas, M., 2011. Health check-up of commercial banks in Ethiopia. s.l., *Proceedings of the national conference on loan and saving: The role in Ethiopian socioeconomic development*, pp. 14-16.

Bawaneh, A. A. & Dahiyat, A., 2019. Performance Measurement of Commercial Banks in Jordan Using the Camels Rating System. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 23(6).

Babar, H. Z. & Zeb, G., 2011. CAMELS Rating System For Banking Industry In Pakistan, s.l.: Umea School of Business.

Naushada, M., 2021. Comparative analysis of Saudi sharia compliant banks: A CAMEL framework. *Growing Science*, pp. 1119-1130.

Bawaneh, A. A. & Dahiyat, A., 2019. Performance Measurement of Commercial Banks in Jordan Using the Camels Rating System. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 23(6).

Central Bank of Jordan CBJ, 2019. *Financial Stability Report*, s.l.: s.n.

Dzeawuni, W. A. & Tanko, M., 2008. CAMELS and Banks Performance Evaluation: The Way Forward. *SSRN Electronic Journal*: <https://ssrn.com/abstract=1150968> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1150968>.

Girija , S. D. & Nayak, B., 2020. A CAMEL Model Study for Financial Performance of Public and Private Sector Banks in Odisha. Journal of Critical Reviews, July, 7(13), pp. 2486-2492.

Huang, Y.-T. & Yu, J., 2012. Financial Determinants of Bank Performance in Taiwan. Journal of Economics and Behavioral Studies, 4(12), pp. 691-702.

Kaddumi, T., 2017. Soundness of jordanian banks–camel approach. International Journal of Economic Research, 14(12), pp. 119-127.

Kaddumi, T., 2017. Soundness of jordanian banks–camel approach. International Journal of Economic Research, 14(12), pp. 119-127.

National Credit Union Administration, 2021. CAMELS Rating System. Proposed Rules, 09 March, pp. 13494 - 13498.

Central Bank of Jordan, 2020. Central Bank of Jordan: Fifty Seventh Annual Report 2020, Amman: Central Bank of Jordan.

<https://stepintojordan.com/where-is-jordan-located-on-the-map/>

<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=JO>

<https://www.arabbank.com/mainmenu/home/investor-relations/financial>

<https://ahli.com/report/annual/>

<https://bankofjordan.com/en/reports/AnnualReports>

<https://www.cab.jo/node/103>

<http://www.sgbj.com.jo/AnnualReports2.aspx?pageid=1951>

<https://www.capitalbank.jo/en/downloads-annual-report>

<https://www.investbank.jo/en/annual-reports>

<https://www.bankaletihad.com/en/investor-news>

<https://www.ajib.com/download-center/annual-reports>

<https://www.hbtf.com/en/AnnualReports>

<https://www.jcbank.com.jo/annual-reports>

<https://www.jkb.com/content/annual-reports-0>

<https://www.cbj.gov.jo/EchoBusV3.0/SystemAssets/53402c47-8249-4661-9a9d-56f891b89ae9.pdf>

GAMIFICATION IN SERVICE OF SOCIETY

Gergely Kiss

University of Miskolc, Faculty of Economics
kiss.gergely@uni-miskolc.hu

1. Introductory Thoughts

In our everyday lives, we may face numerous societal challenges for which it is difficult to find a quick and effective solution. The aim of my study is to present gamification, which can be utilized as a response to challenges that may arise. In the brief overview of gamification, I deal with the amalgamation of definitions and the popularity of gamification, and I also present examples related to challenges faced by society. The research deals with – if there are any at all - present gamification methods for addressing societal challenges.

The research methods consisted of finding and analysing correlations between key areas, organizing logical connections, professional literature, and practical experience and finally data analysis to expand the palette of applicable procedures.

2. Popularity of Gamification

My research is aimed at the viewpoint of gamification. Gaining popularity, gamification itself can be considered a novelty, although it has some ancient roots. The term was first invented by Nick Pelling game designer in 2002. Gamification embarked upon its worldwide tour in the 2010s. (Fromann, 2017)

Figure 1 resembles how the term “gamification” appeared in the consciousness of other nations with different translations. In Hungarian the proper equivalent for gamification is „játékosítás”.

This term received the following translations: in German it is Gamifizierung or Gamifikation, in Japanese: ゲーミフィケーション, in Chinese: 游戏化, in French: ludification, in Italian: ludicizzazione. in Russian:

Игрофикация, in Spanish: ludificación, in Czech: gamifikace, and in Slovak: gamifikacia.



Figure 1.: Gamification in Foreign Languages

Source: own editing

The Horizont 2020 program contained the policy of the European Union in the area of research, development and innovation between 2014 and 2020. With a budget of 79 billion euros it was the main pillar of the Europe 2020 strategy. As part of the Innovative Union initiative, it was aimed at increasing the global competitiveness of Europe. One of the key areas was the support of informational and communicational technologies (ICT) among which gamification played an important role. Gamification appeared in the Development of Advanced Digital Games/Gamification (ICT-21-2014) and in the Game and Gamification Innovative Act (ICT-24-2016). Research in this field was supported by the European Union, and I believe this field would still be included in the next budget cycle as well. (Folea, 2015; EU 2013, 2016; Horizont 2020)

I studied the popularity of gamification, relying on the information of one of the largest search engines, examining a Google Trends database, particularly one database that shows the amount of people who used the word gamification during their search. Data could be found from 2004, the starting year of the program, Figure 2 shows, according to my data analysis, a trend of internet users all over the globe completing a search for the word “gamification” between 01.01.2010 and 31.10.2021. The values of the diagram quantify interest of the people

in this term. The highest number is 100, as it marks the day when the interest in gamification was at its peak (February 1st 2014); it also serves as a reference value for the other days in the graph. There is some change in value in the following days, but the tendency remains the same. It can be seen that from 2011 the topic increased in popularity, and although there were some regressions after the highest point, the topic still persisted to be important. I believe these values justify that adequate attention must be granted to gamification.

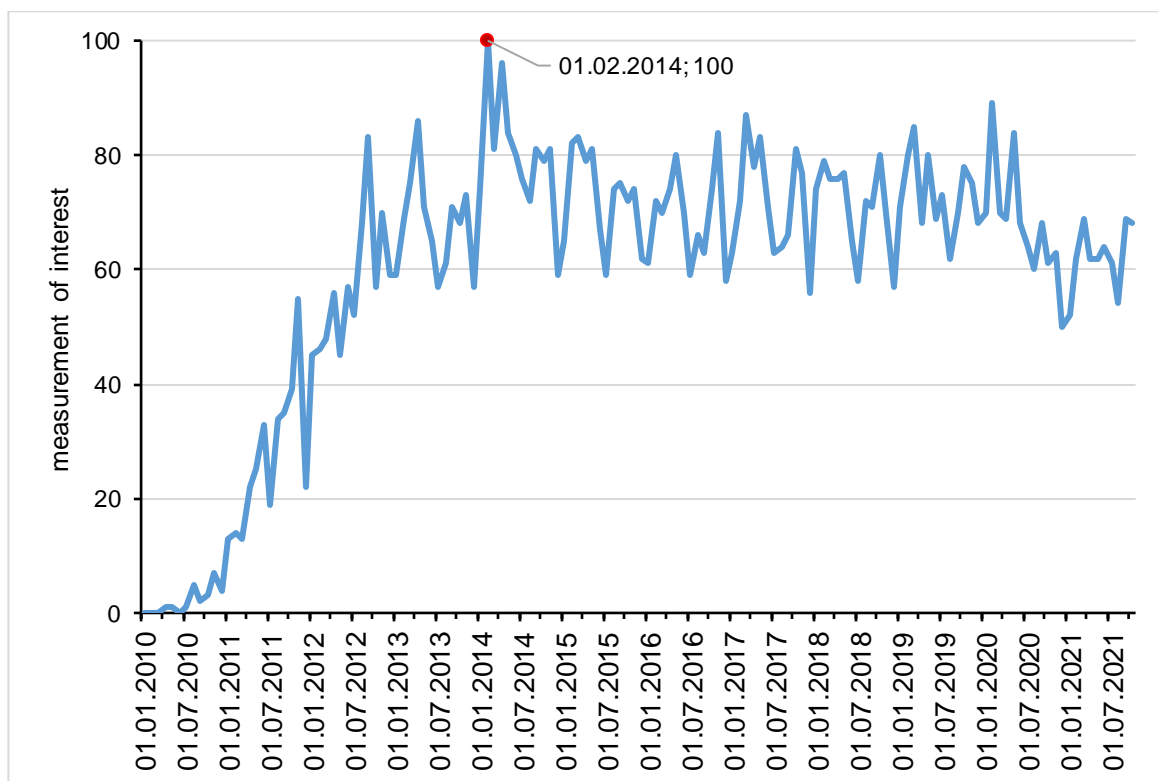


Figure 2.: Frequency of searches completed globally for the term “gamification” between 01.01.2010.-31.10.2021.

Source: own editing based on data from Google Trends (2021)

If we thoroughly examine both Hungarian- and international professional literature we would find many descriptions of gamification, but a commonly accepted definition is non-existent. From among Hungarian researchers, Fromann (2015) formulates his own definition with these examples: “Society should not think of games as means of leisure, but as effective tools as well, with which we could transform our daily activities – let it be work, studying – to be entertaining. The point of gamification is not that we create a game for every activity we do, but its

aim is rather the conscious, and professional application of psychological mechanisms for obtaining increased levels of well-being, and more effective function.” The key element of this quoted definition is that it views gamification as an effective tool which through gaining experiences, causes well-being and encourages fruitful action. While Pelling (2002) defines gamification as the improvement of electronic devices with game-like user interfaces, Deterding et. al (2011a) views gamification as the use of game design elements in an out-of-game context. Huotari-Hamari (2017) interprets gamification as part of the service development process, with the help of using game-experiences, which enable the value creation of users in general.

The above clearly shows that certain researchers look at gamification as a term, while others look at it as a point of view. Currently it is Gartner’s (2014) company conceptual definition that is nearest to my way of thinking. Game mechanics, and game design is at the basis of this approach, with special attention to the growth of commitment, and motivation of participants.

3. Differentiation: How Can Gamification Be Identified?

It is important to clarify that there are many differences between games and gamification. In most cases it is easy to decide what is considered a point of view of gamification, and what is itself a game. For an easier overview in Figure 3 games can be categorised based on playing, gaming, and the categories of partially game and fully game mechanisms.

	Gaming	Playing
Partially game	Toys	Playful design
Fully game	Serious game	Gamification (Gameful design)

Figure 3.: Division of types of games

Source: own editing based on Deterding et. al 2011b, 13

Tools that have no other functions outside the game, and serve an entertaining purpose are to be categorised as toys. To bring an example to this: mostly toys are made for children, the creative building blocks of LEGO and chess figures fall into this category.

In the case of serious games, the aim of the game is to outgrow the game itself, which means it should not serve solely entertainment purposes, but provide opportunities for learning, and gaining social experiences. Company training programs, or many of the simulators are a good example for this.

Playful design is on the opposite side of games. It does not give much game experience, since it only contains game mechanisms. Besides this, it has no specific objective nor rules, and players' decisions do not have any outcome. A good example for this is Volkswagen's "The Fun Theory" campaign, launched in 2009, during which the stairs adjacent to the escalators of a subway station were modified in a way to resemble a piano. Most travellers used the modified version, instead of the regular one, because it became more attractive in appearance and sound. The aim of the campaign was to discover ways to move people out of their comfort zones in a positive way. (doplay.hu)

In the fourth case, playful design (gamification) does not offer a complete game experience. It includes only a few game mechanisms, but it does incorporate a system of rules and an objective. These factors can be noted in Figure 4, in which I have arranged the fundamental elements of gamification in a framework. (Pusztai 2018, 86-87)

4. Basics of Gamification

To summarise the previous thoughts, it must be said that gamification has a concrete objective: that is the transfer of knowledge, increasing motivation, effectiveness and loyalty at work. This requires the creation of rules. Gamification is aimed at the employee or customer base, who are in a form of a legal relationship with us, the employer, and who are completing a task for a deadline. Here, certain factors such as resources, rights, and obligations must be taken into account. In addition, gamification must also contain game-specified mechanism, such as setting time limits for response, and rewarding. The examples linked to these factors are non-exhaustive, and they illustrate these factors to

help their better understanding. I regard an activity as gamification if it employs all of these three factors equally at the same time.

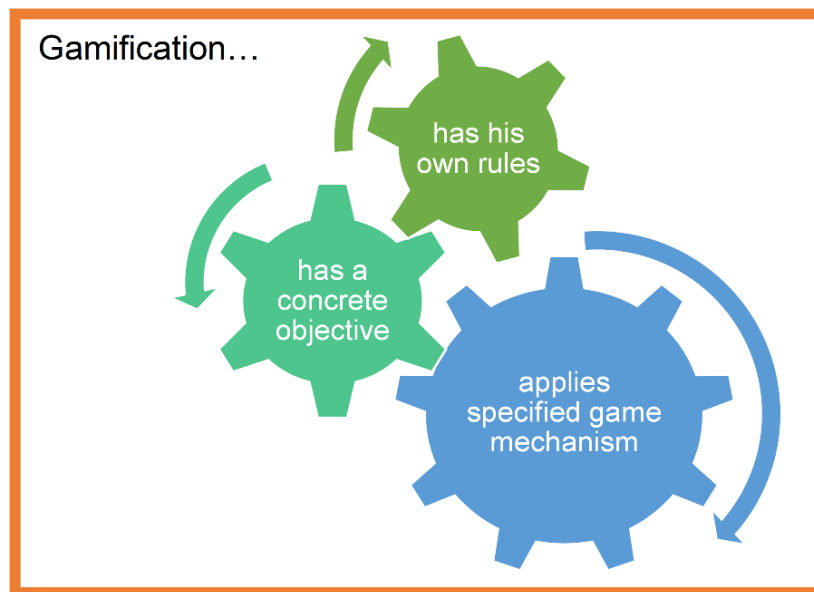


Figure 4.: Basic Element of Gamification
Source: own editing

5. Opportunities to Use Gamification

In the course of my research so far, I have examined the possibilities of using gamification and I found that it can be used in many cases, for example in the field of leading a healthy lifestyle or transportation. In terms of education, the display of playful learning-opportunities in school and outside of schools can be identified. Its appearance in the world of business is also notable, particularly in the field of human resources, since gamification can be applied during the recruitment process or at work. In marketing, playful programs appear in the field of sales, purchases, and feedback processes. In connection with innovation, brainstorming competitions serve as examples. Further researches I conducted helped me conclude that gamification could be used in treating societal challenges. (Zichermann-Linder 2013, 83–161, Kiss 2019, Digitális Család 2021, Kiss 2021)

The essence of gamification is that it give an approach to everyday processes that rely on one's motivation, and act as a driving force, in most cases by using the most fundamental motive of human beings:

curiosity. Not all elements of the view of gamification may appear entertaining, however with the right use of the known methods, and processes the game experience may be enhanced. To what degree can someone enjoy a game is highly dependent upon what kind of experience can the game elements provide, and in what way the life of participants is enriched. (Pusztai, 2018, p. 77, Kiss 2020)

I created a list of gamification tools to combat societal challenges, based on the work of Sitas (2017), to which I added some of my own thoughts as well. The aim of the previously discussed gamified methods is to spread knowledge and awareness of societal challenges, so that people have a better understanding of them, even the youth (from ages 9-12).

Stylista (World food Programme) was the first game on Facebook to raise the attention to famine in Syria. In this game players could aid those in hunger, by selling fashion products. In Against All Odds (United Nations High Commissioner for Refugees) participants could try themselves out as people who are persecuted in their home country. The game presents the situation of refugees in a twelve-step system, in which one has to make decisions. (WFP, 2021)

In Fast Car: Travelling Safely Around the World (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) players receive the experience of safe travel. The objective of this is the education of 16 to 24-year-olds education about HIV virus, and their encouragement towards a healthier lifestyle. In FreeRice, by answering questions, players collect rice for people suffering from hunger.

In the game Evoke, created by the World Bank, participants can compete in solving the most urgent matters of humanity (such as human rights, famine, poverty). (Szegedi 2017, 305-306)

Szociopoly, which is of Hungarian origin, is an interactive board game that introduces real life situations. Players are presented with perspectives and options of people living in poverty or extreme poverty. These players will then receive the chance to rethink their stereotypical view of such individuals. By the end of the game they gain experience of poverty quasi from first hand. They learn the importance of helping out unfortunate people, and the importance of responsible financial spending. (GYERE, 2021)

The last example is Zóna, (zone in English), developed in 2019. During the sensitizer detective game "...youngsters come into contact with members of vulnerable groups (people of different races, and handicaps) to solve a mystery, and in order to succeed they have to work together. Working with such people teaches the importance of democratic collaboration, and the dangers of autocratic decision making, and segregation. Through this they will also realise the value of such people, as they will receive an attitude-forming experience on a fundamental level." Owing to the international Bulgarian, Cypran, Czech, and Hungarian cooperation, this method encompasses the precious work of many professional researchers. (Autonómia, 2021)

The examples presented here fulfil all the criteria I defined for gamification. They all have stated objectives, use their own set of rules, and operate with their own game mechanisms.

6. Finishing Thoughts

The aim of the research was to give an understanding of the popularity of the view of gamification, and to present its tools with which it can serve society and give a response to societal challenges. The importance of the topic can be felt, as in our ever more complicated everyday life, games may fulfil the role that would help solve inequalities in society. Youth can be transformed into receptive beings for education and can be encouraged to help their fellow humans in need, even from home.

Acknowledgments

This research was supported by the project no. EFOP-3.6.2-16-2017-00007, titled Aspects on the development of intelligent, sustainable and inclusive society: social, technological, innovation networks in employment and digital economy. The project has been supported by the European Union, co-financed by the European Social Fund and the budget of Hungary.

References

Autonómia Alapítvány (2021): updated: 17.11.2021. webpage:
<http://autonomia.hu/hu/programok/szemleletformalo-nyomozojatekok/>

Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K., and Dixon, D. (2011a): Gamification. Using Game-Design Elements in Non-Gaming Contexts. In CHI'11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (pp. 2425-2428): ACM. <https://doi.org/10.1145/1979742.1979575>

Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011b): From game design elements to gamefulness: defining gamification. In Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments (pp. 9-15). ACM DOI:10.1145/2181037.2181040

Digitális Család website (2021): <https://www.digitaliscsalad.hu/tanulas/a-gamifikacio-atrajzolja-az-egesz-eletunket> updated: 17.11.2021.

Doplay website (2021): <http://www.doplay.eu/hu/2016/08/gamifikalt-lepcso-fun-theory/> updated: 17.11.2021.

EU (2013): Horizon 2020 Work Programme 2014-2020, 5. Leadership in enabling and industrial technologies, i. Information and Communication Technologies Revised, available: https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/wp/2014_2020/main/h2020-wp1415-leit-ict_en.pdf

EU (2016): Horizon 2020 Work Programme 2016-2020, 5.i. Information and Communication Technologies, available: https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/wp/2016_2020/main/h2020-wp1617-leit-ict_en.pdf

Folea, Victoria (2015): EU opportunities for ICT research and innovation in Horizon 2020 for 2016-2020. Journal of Information Systems and Operations Management. 9.

Fromann, R. (2015): A gamifikáció magyarországi elterjesztésére szövetkezik a JátékosLét és a Project029, updated: 11.06.2020. available: <https://computerworld.hu/tech/a-gamifikacio-magyarorszagi-el-terjesztesere-szovetkezik-a-jatekoslet-es-a-project029-161599.html>

Fromann, R. (2017): Játékoslét, A gamifikáció világa, pp. 104-106., Budapest, Typotex Kiadó

Gartner company (2014): „Gartner Redefines Gamification.” Gartner, available: https://blogs.gartner.com/brian_burke/2014/04/04/gartner-redefines-gamification/ update: 2020.02.20.

Google Trends (2021): A gamification kifejezésre rákereső internetezői érdeklődés a világban, available: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2010-01-01%202021-10-31&q=gamification> update: 17.11.2021.

GYERE-Gyerekesély Közhasznú Egyesület (2020): webpage: www.szociopoly.hu/ update: 15.05.2020.

Horizont 2020 (2020) website: <http://www.h2020.gov.hu/horizont2020-program> update: 15.05.2020.

Huotari, K. and Hamari, J. (2017): A definition for gamification: anchoring gamification in the service marketing literature, *Electronic Markets*, 27 (1), pp. 21-31. DOI:10.1007/s12525-015-0212-z

Kiss G. (2019): A játékosítás alapjai, avagy beszéljünk a gamifikációról! In *Tavaszi Szél 2019 Konferencia. Nemzetközi Multidiszciplináris Konferencia*. pp. 365–365. available: https://www.dosz.hu/__doc/dokumentumfile/2019/11/Tavaszi_Szel_-_Spring_Wind_2019_Tanulmánykötet_-_II._kötet.pdf#page=284

Kiss, G. (2020): Játék a munkában: Meddig hajtóerő és mikortól teher? In *Jogok és lehetőségek a társadalomban*. pp. 150–160. available: <http://www.irisro.org/tarstud2020junius/34KissGergely.pdf>

Kiss, G. (2021): A gamifikáció szerepe a társadalmi kihívások kezelésében, *Információs Társadalom XXI*, (1): pp. 125–142. <https://dx.doi.org/10.22503/inftars.XXI.2021.1.5>

Pelling, N. (2011): The (short) prehistory of Gamification (2011) available: <https://nanodome.wordpress.com/2011/08/09/the-short-prehistory-of-gamification/>

Pusztai, Á. (2018): *Gyakorlati játékosítás*, Veszprém, Kollektíva.

Sitas, E. (2017): Gamification as tool to raise sociocultural awareness, 9th International Conference in Open & Distance Learning, 275-281. <http://dx.doi.org/10.12681/icodl.1123>

Szegedi, E. (2017): Játékosított CSR megoldásokkal az Európa 2020 célok eléréséért, *Minőség és Megbízhatóság*, 2017. (3), pp. 300-307.

WFP (2021) website: <https://www.wfp.org/news/wfp-and-sandbox-global-join-forces-fight-hunger-online> updated: 17.11.2021.

Zichermann, G. and Linder, J. (2013): *Gamification: Az üzleti játékok forradalmasítása: Játékosítás a piaci verseny leküzdésére*, Miskolc, Z-Press Kiadó

TERRITORIAL DISPARITIES IN THE EUROPEAN RESIDENTIAL ENERGY USE

Mohammad Kamel Talal Kashour

Ph.D. Student

Institute of World and Regional Economics

University of Miskolc

1. Introduction

Studying energy consumption has become a fundamental issue recently due to its effect on the economic performance of a single country or the world as a whole. Apart from the financial side, it harms the environment as well. Studies show a causal relationship between energy consumption and the Climate Change phenomenon as greenhouse gas emissions and carbon dioxide emissions, in particular, are mainly related to energy consumption. It contributes the most of these emissions. Energy consumption inequality within the country's borders occurred, in most cases, between the different demographical areas, rural and urban areas, and between the various income deciles in the country.

On the other hand, territorial inequality occurred, usually between developed and developing countries. The European Union started to deal seriously with the energy inequality problem in the current decade, and from our point of view, it deals with inequality at the country level. However, this research will study it for the EU-27 member states.

In this research, we will try to answer the following questions: what is the value of the inequality in residential energy consumption for EU-27 member states? What are the main driving factors that affect the energy consumption inequality trend? To what extent the relationship between economic development and energy consumption is strong?

2. Literature Review

Inequalities are usually discussed and analyzed in terms of income or some related monetary measure. However, disparities in energy access and use both within and across countries mirror or are at times starker than inequalities in income (Pachauri and Rao, 2012). Territorial energy inequality represents the differences between the countries' energy consumption. It depends on many factors such as weather conditions, economical situation, industrialization level, etc. The equality in energy consumption is the ideal case that all countries are trying to reach. It means that every individual in the world has the right to enjoy consuming the same amount of energy or at least the amount that satisfies all their energy needs.

There is little literature that analyzes the territorial inequality of energy consumption. One of the first to address it for many countries was (Jacmart et al., 1979) when he used Lorenz Curve for 25 years study period and came up with a slowly decreasing pattern of energy consumption inequality. Marta Pascual-Sáez and other researchers also applied the Lorenz Curve and Gini Coefficient methods to measure the inequality of gross inland energy consumption per capita, the quantity of energy necessary to satisfy the domestic consumption of a geographical entity under consideration, for the EU-15 from 2005 to 2014 (Pascual-Sáez *et al.*, 2017). She also used two additional inequality measures, which are the generalized entropy and Atkinson measures. The study focused on how can these different methods be applied to study energy consumption inequality in the EU-15. Marta found that the disparity of gross inland energy consumption decreased from 2005 to 2014, and the Gini coefficient value dropped from 0.44 to 0.42 during this period. Another study was done by (Wu, Zheng, and Wei, 2017), who used Lorenz Curve and Gini Coefficient to measure the inequality in the income and household energy consumption and expenditure in rural China in 2013. They surveyed 3404 rural households in different areas and found that the Gini Coefficient was 0.471 for income, 0.552 for energy expenditure, and 0.407 for energy consumption. The difference between income and energy expenditure figures was attributed to that respondents tend to under-report their income which led to a minor inequality score.

3. Methodology And Data Collection

Most of the data needed were extracted from the Eurostat database. It is available online and provides data about all the EU member states. The data required the most for EU-27 member states was as follows:

- Households' per capita energy consumption (EC),
- Number of Population. It was extracted from (Worldbank.org, 2020),
- Annual heating degree days (HDD),
- Gross domestic product per capita (GDP per capita).

To measure the energy consumption inequality among the states, the most popular income inequality methods Lorenz Curve, and Gini Coefficient, are used for the study period. The Lorenz curve, in this case, is a plot of the cumulative percent of energy consumption per capita (y-axis) versus the cumulative percent of the population (x-axis) for each member state with a straight diagonal line, which represents the perfect equality where all states would have equal energy consumption per capita. The Gini Coefficient is a standard measure of inequality defined as the area between the Lorenz curve and the equality line divided by the triangle area beneath the equality line. The following equation was extracted from (Wallstreetmojo.com, no date) and used to calculate the Gini Coefficient:

$$\text{Gini Coefficient} = 1 - \sum_i (Pp_i \times (ECp_i + 2 \times (1 - CECp_i))) \dots (1)$$

Where:

Pp_i: Population percentage of country i.

ECp_i: Energy consumption percentage of country i.

CECp_i: Cumulative energy consumption percentage of country i.

To eliminate the effect of weather variations over the study period, the climate normalized energy consumption was calculated with the help of the heating degree days and the mean heating degree days by the following equation that was used by (Tzeiranaki *et al.*, 2019):

$$EC_C = EC \times \left(\frac{HDD_{ref}}{HDD} \right) \dots (2)$$

Where:

EC_c: Climate normalized households' per capita energy consumption.

EC: Households' per capita energy consumption.

HDD: Heating degree days.

HDD_{ref}: Mean heating degree days. They are calculated by finding the average values of heating degree days of the study period (EnergyLens.com, no date).

Studying the correlation between households' per capita energy consumption and GDP per capita was done using the Pearson correlation coefficient measurement method. Pearson correlation coefficient measures the linear correlation between two interval or ratio scale variables. It has a value between -1 and +1. A value of (+1) is a perfect positive linear correlation, (0) is no linear correlation, (-1) is a perfect negative linear correlation. The closer the value to (1) or (-1), the stronger the correlation between the two variables (Nettleton, 2014).

4. Results

Changes in temperature, precipitation, sea level, and the frequency and severity of extreme events will affect how much energy is produced, delivered, and consumed. Temperature increases will likely increase our energy demand and change our ability to produce electricity and deliver it reliably. Figure 1 shows the per capita household energy consumption for all member states in 2018. Notably, the highest energy consumption values are recorded in the northern European countries where the weather is colder than in the other parts of the continent. Although many factors related to the weather can affect energy consumption, the heating degree days are only considered an indicator of weather in this study. Cooling degree days are neglected because they have little value than heating degree days. The average cooling degree days for the EU over the study period is 95.06, while the heating degree days value is 3066.56 (Eurostat). Table 1 shows the Pearson Correlation values between heating degree days (HDD)/cooling degree days (CDD) and per capita households' energy consumption for the EU-27 member states between 2010 and 2018. The calculations show a significant relationship between HDD and per capita energy consumption

for all years, a positive-strong correlation (> 0.7) for all years, except for 2011, it is (0.66). Also, the correlation between CDD and per capita energy consumption is negative- medium for all years and these negative values do not reflect the real correlation. It is agreed that the more cooling is needed, the more energy is consumed. However, the negative values resulted because the states that use energy for cooling the most, have the lowest HDD values and vice versa. By comparing the HDD and CDD values for the states, it is noticed that the HDD is much higher than CDD, as it is mentioned before. As a result, the influence of HDD on energy consumption is more considerable. All in all, the numbers indicate the enormous impact of climate conditions on energy consumption.

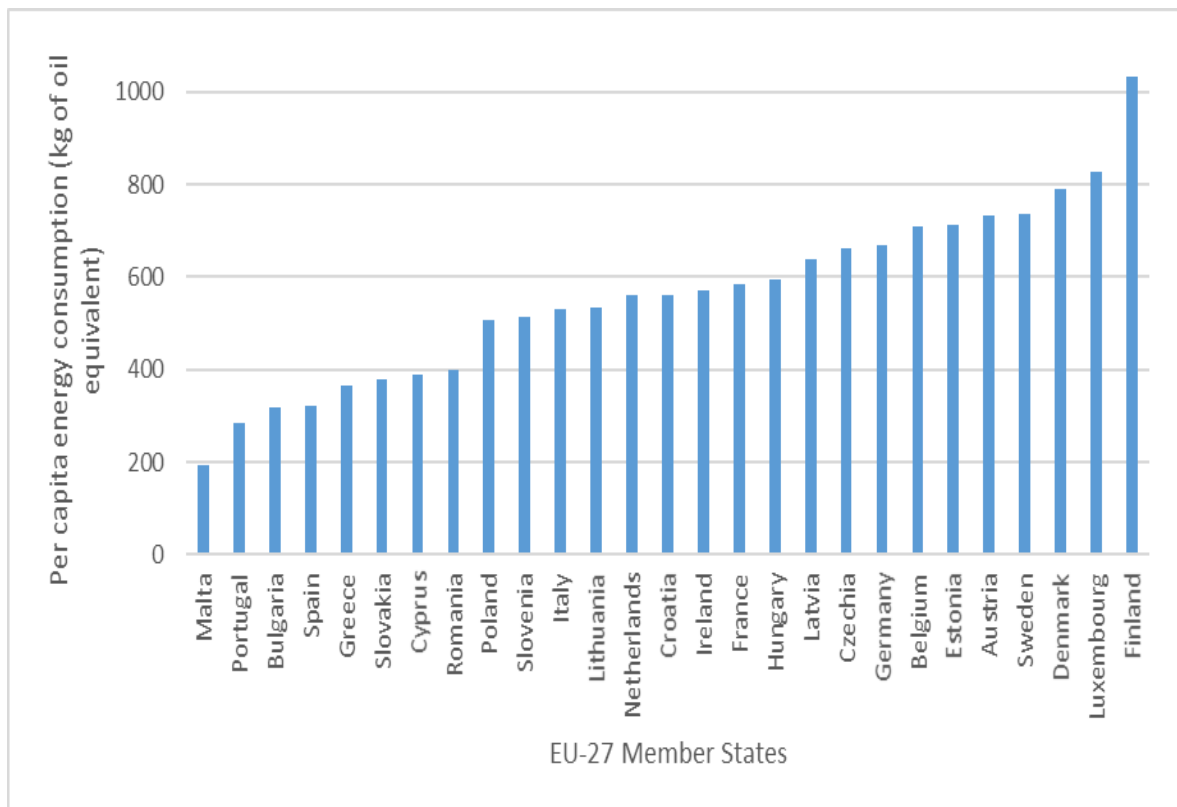


Figure 1.: Per capita Households energy consumption of EU-27 member states in 2018 (kg of oil equivalent).

Source: my compilation based on (Eurostat, 2019e).

Table 1.: Pearson Correlation between heating degree days (HDD)/cooling degree days (CDD) and per capita households' energy consumption for the EU-27 member states between 2010 and 2018.

Year	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
HDD	0.73	0.66	0.71	0.75	0.73	0.7	0.71	0.73	0.74
CDD	-0.59	-0.66	-0.68	-0.61	-0.64	-0.64	-0.65	-0.65	-0.59

Source: my compilation based on (Eurostat).

Figure 2 shows the Lorenz Curves and Gini Coefficients of the climate normalized per capita households' energy consumption values for all the European Union member states from 2010 until 2018. The curves show a low level of inequality with Gini Coefficients varied from 0.137 to 0.157, and a Gini Coefficient values range is around 0.02. By comparing the period start and ending values, we find that it was increased by 7.3%. At the territorial level, energy consumption inequality is not an alarming issue. The figures reflect a low Inequality in energy consumption for the EU-27 member states, and the EU policies may have had no impact on its trends in the recent nine years. It is more agreeable that these policies address the energy inequality within each member state, not at the territorial level.

The average Gini coefficient value for the territorial energy consumption of EU-27 over the study period is 0.146. We can neglect it, especially if we realize that the main driving factor is the different weather conditions between northern and southern European areas. Figure 3 compares the Gini Coefficients of climate normalized per capita energy consumption with typical values. The drop in the Gini Coefficient of typical energy consumption values in the last three years was due to the weather variations, not other factors. The climate-corrected values show a different pattern than the typical ones.

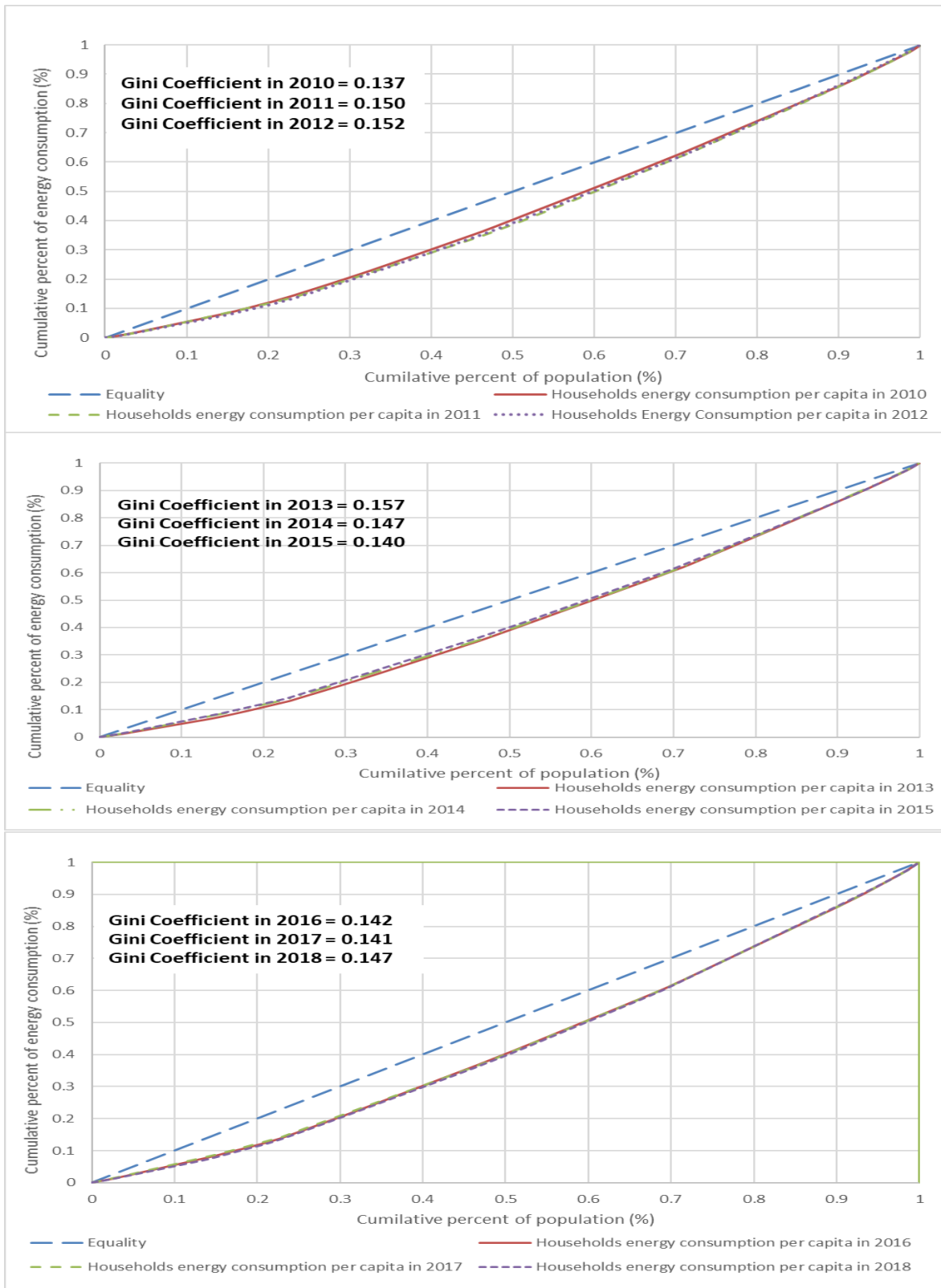


Figure 2.: Lorenz Curve of climate normalized per capita households' energy consumption for EU -27 member states (2010-2018).

Source: my compilation, based on (Eurostat, 2019b) and (Worldbank.org, 2020).

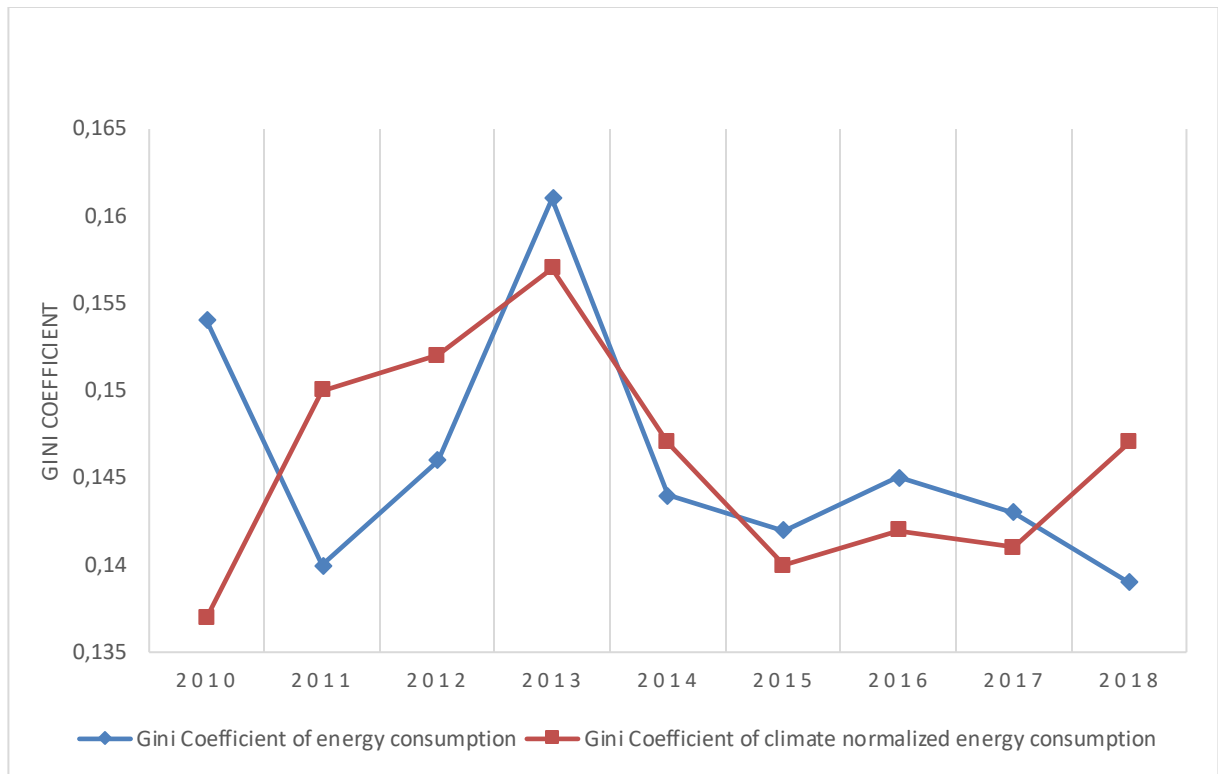


Figure 3.: Gini Coefficients of climate normalized and the typical per capita households' energy consumption values for EU-27 member states (2010-2018).

Source: my compilation based on (Eurostat, 2019b) and (Worldbank.org, 2020).

Many previous studies prove the relationship between final energy consumption and economic development. Table 2 shows the Pearson Correlation values between GDPs per capita and per capita households' energy consumption for the EU-27 member states between 2010 and 2018. The relationship is significant between the two variables, and the correlation for all years is positive-medium.

Figure 4 shows the Gini Coefficient values for households' energy consumption and GDP from 2010 until 2018. The Gini Coefficient of GDP values is higher each year. They increased slightly from 2010 to 2013; they remained constant until 2016, decreasing from 2016 to 2018. The Gini Coefficient of households' energy consumption values fluctuated over the study period, with a noticeable drop in the last three years. There is no relationship between the two values. It is hard to say that the economic development represented by GDP and its inequality affect the territorial households' energy consumption inequality of the

member states. And this tiny drop in energy consumption Gini Coefficient values that occurred in the last three years can still be attributed to the weather variations over the years of the study period.

Table 2.: Pearson Correlation between GDPs per capita and per capita households' energy consumption for the EU-27 member states between 2010 and 2018.

Year	Pearson Correlation	Significance Level
2010	0.648	0
2011	0.628	0
2012	0.632	0
2013	0.654	0
2014	0.628	0
2015	0.646	0
2016	0.61	0.001
2017	0.567	0.002
2018	0.548	0.003

Source: my compilation based on (Eurostat)

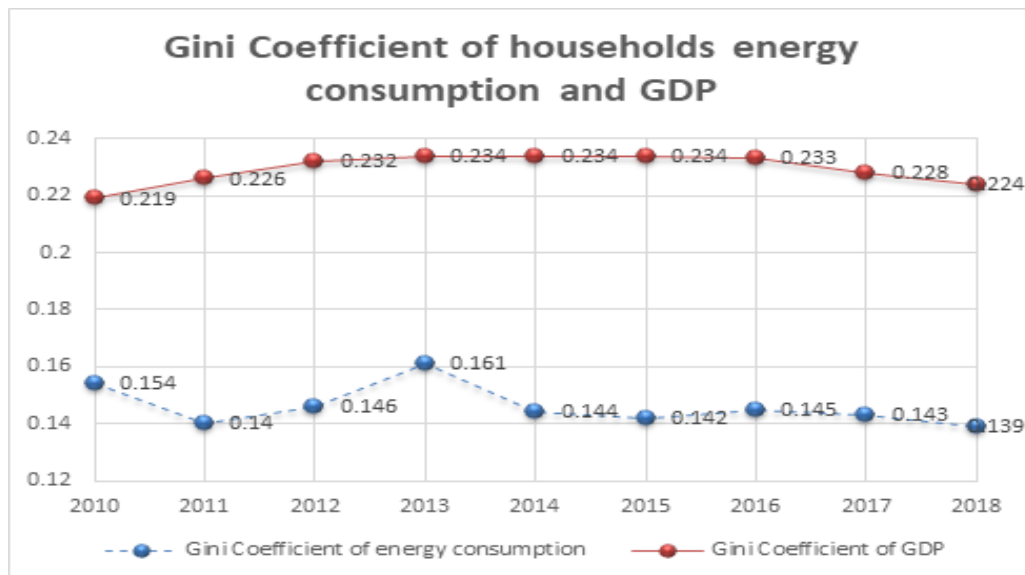


Figure 4.: Gini Coefficient values for households' energy consumption and GDP for EU-27 member states (2010 - 2018).

Source: my compilation based on (Eurostat) and (World Bank).

5. Limitations

Gini Coefficient values don't consider the importance of the energy consumed by the top and bottom shares. For instance, two groups of countries may have the same Gini Coefficient values. Still, their ratios of the energy consumed by the top 20% over the energy consumed by the bottom 20% are different.

Another limitation is using Pearson Correlation as evidence to prove the effect of different factors on energy consumption. Pearson Correlation shows the relationship between two variables, but it does not determine which variable affects the other. It shows relationships, not causation.

6. Recommendations and Summary

It is addressed that most member states in northern Europe have the highest energy consumption values as these countries have colder weather than the others. These states are also the most developed and economically stable among all states. As a result, there was an energy consumption inequality among the EU states. Despite its existence, it is a small value compared to the global energy consumption inequality value. The main aim of this study was to determine the driving factors of this inequality and investigate whether the EU policies and projects affect its trend over the study period. The results showed that the inequality values fluctuated, with a noticeable decrease in the last three years. So, the study investigated if the drop occurred due to the energy policies or other factors such as weather or the economic development variations over the study period. Besides, it examined the extent of the impact of each element on energy consumption and found that:

- The weather conditions are the most affecting factor with the highest correlation values with energy consumption.
- The drop in the inequality values in the last three years was mainly because of the weather variations. The climate-corrected energy consumption inequality values show a different trend than the typical ones.

- The territorial inequality of the economic development represented by the GDP per capita indicator is higher than the energy consumption inequality among the states.
- GDP had no impact on the energy inequality curve pattern. As a result, Economic development was not a driving factor for the change in energy inequality values throughout the years of study.
- The EU policies may have had no impact on the territorial energy consumption inequality values in the nine years.

It is a bit complicated to fight energy poverty and mitigate climate change, and at the same time, reduce the amount of energy consumption for all states. For instance, according to a new Portland State University study, Efforts to shift away from fossil fuels and replace oil and coal with renewable energy sources can help reduce carbon emissions but do so at the expense of increased inequality. That is because the shift to renewable energy is done through incentives such as tax subsidies. This reduces energy costs for homeowners who can afford to install solar panels or energy-efficient appliances. Still, it also serves to drive up fossil fuel energy prices as utility companies seek to recapture losses. That means increased utility bills for the rest of the customers and increased financial pressure for many low-income families, creating energy poverty (McGee and Greiner, 2019). Policies should improve energy efficiency and solve energy poverty by taking into account different perspectives and reducing emissions in the context of decreasing inequality, and working on improving buildings' efficiency not only in the most developed states in the union. Policymakers should take into account reducing emissions as well as energy inequality by protecting low-income people. In my opinion, this could happen by using these subsidies to incentivize low-income deciles by offering them loans to afford such energy-efficient systems. They, in turn, repay these loans from the amount of money resulting from saving energy every month. In this way, the payback period of the installed system will represent the loan repayment time.

7. Abstract

This study analyzes the territorial inequality trends in residential energy consumption for EU-27 member states from 2010 to 2018. It also aims to investigate the driving factors of the residential energy consumption inequality trend. The effect of factors such as energy EU policies, weather, and economic development on this trend is analyzed. It measures the inequality in residential energy consumption using the Lorenz Curve and Gini Coefficient methods. The Gini Coefficient values of the climate normalized energy consumption fluctuated randomly from 0.137 in 2010 to 0.147 in 2018, proving no specific trend for the inequality over the period and no specific driver determining its pattern.

Acknowledgment

I want to express my sincere gratitude to my supervisors Bartha Zoltan and Tekla Szep, who helped me complete this research.

References

Energylens.com (no date) Degree Days - Handle with Care! Available at: <https://www.energylens.com/articles/degree-days> (Accessed: 19 February 2021).

Eurostat (2019b) Eurostat - Final Energy Consumption By Sector - Tables, Graphs and Maps Interface (TGM) table. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=ten00124&plugin=1> (Accessed: 18 October 2020).

Eurostat (2019c) Eurostat - GDP per capita. Available at: https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_pc&lang=en (Accessed: 12 December 2020).

Eurostat (2019d) Eurostat - Heating and cooling Degree days. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=ten00117&plugin=1> (Accessed: 23 October 2020).

Eurostat (2019e) Eurostat - Households Energy Consumption Per Capita Tables, Graphs and Maps Interface (TGM) table. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=sdg_07_20&language=en (Accessed: 8 December 2020).

McGee, J. A., & Greiner, P. T. (2019). Renewable energy injustice: The socio-environmental implications of renewable energy consumption. *Energy Research and Social Science*, 56. <https://doi.org/10.1016/J.ERSS.2019.05.024>

Nettleton, D. (2014) Pearson Correlation - an overview | ScienceDirect Topics. Available at: <https://www.sciencedirect.com/topics/computer-science/pearson-correlation> (Accessed: 20 February 2021).

Pachauri, S. and Rao, N. (2012) 'Energy Inequality'.

Pascual-Sáez, M. et al. (2017) Gross inland energy consumption inequality in Europe: An empirical approach. *Gross inland energy consumption inequality in Europe: An empirical approach*.

Tzeiranaki, S. T. et al. (2019) 'Analysis of the EU Residential Energy Consumption: Trends and Determinants'. doi: 10.3390/en12061065.

Wallstreetmojo.com (no date) Gini Coefficient (Definition, Formula) | How to Calculate? Available at: <https://www.wallstreetmojo.com/gini-coefficient/> (Accessed: 19 February 2021).

Worldbank.org (2020) World Development Indicators | DataBank. Available at: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators#> (Accessed: 8 December 2020).

Wu, Q., Maslyuk, S. and Clulow, V. (2012) 'Energy Consumption Inequality and Human Development', *Energy Efficiency - A Bridge to Low Carbon Economy*, (May 2014). doi: 10.5772/38338.

Wu, S., Zheng, X. and Wei, C. (2017) 'Measurement of inequality using household energy consumption data in rural China', *Nature Energy*. doi: 10.1038/s41560-017-0003-1.

AZ ÉGHAJLATPOLITIKAI KÉRDÉSEK MEGJELENÉSE AZ ÖNKORMÁNYZATOK STRATÉGIA TERVEZÉSI GYAKORLATÁBAN

Takácsné Papp Adrienn

Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
adrienn.takacsne.papp@uni-miskolc.hu

Magyarországon a rendszerváltás óta eltelt több, mint harminc év alatt az önkormányzatok szerepét, funkciójukat, a helyi érintettekkel való kapcsolatukat élénk érdeklődés övezi. A hétköznapi ember az önkormányzat szó kapcsán jellemzően egy település működését irányító intézményre gondol, holott a 2011 óta hatályos, a Magyarország helyi önkormányzatairól szóló CLXXXIX. törvény (Mötv) a helyi lakosságot, a vállalatokat és civil szervezeteket egy részvételi alapon működő, közös kormányzásra hív. A közös jövőalkotás, az összefogás lehetősége sajnálatosan a magyar viszonylatokban még nem vált mindennapos gyakorlattá. A helyi stratégiaalkotási folyamatok még nem tükrözik ezt a fajta nyitottságot. Természetesen pozitív példák is vannak. Ez a tanulmány az önkormányzatok stratégiaalkotási sajátosságait szeretné bemutatni alkalmanként azt nemzetközi kontextusba helyezve, az éghajlatpolitikai kérdésekre fókuszálva. A tanulmány elsőként a vállalati és önkormányzati stratégiaalkotási gyakorlatokat hasonlítja össze, majd a magyarországi önkormányzatok stratégiaalkotási sajátosságaira tér rá, ezt követően a klímacélok melletti stratégiai elköteleződésekre és a hazai gyakorlatoké lesz a főszerep.

1. Vállalati stratégia - önkormányzati stratégia

A helyi önkormányzatok életébe a mikro- és makrokörnyezetükben bekövetkező változások, úgy mint a népességfogyás, az elvándorlás, az urbanizáció, az infokommunikáció fejlődése számos újítást és kihívást hoztak. Mindezeket túl a globális klímaváltozás hatásai helyi szinten egyértelműen érződnek, villámárvizek, extrém hőingások formájában.

Az egyre növekvő társadalmi, gazdasági, technológiai, környezeti kihívásokra csak egy rugalmas és komplex, az önkormányzatok tevékenységét átható stratégiai és operatív tervezés nyújthat megoldást, amely a jelenleg is zajló paradigmaváltás fokozását kívánja meg. (Ács et.al. 2019, Guyadeen et. al. 2023) A jobbitó szándék önmagában véve kevés lehet, ha a megvalósítás az önkormányzatok számára megfelelő tudás, humánerőforrás és pénzügyi források híján nehézségekbe ütközik, vagy egyenesen kudarcot vall. A stratégiai gondolkodás közsférában való gyakorlati hasznosításának kezdetét Johnsen 1990-es évekre, míg Young a 2000-es évekre datálja. (Guyadeen 2023, Belényesi 2019) Az önkormányzati tervezésben olyan innovatív, új tervezési módszerekre van szükség, amelyek jövőorientáltak, és szakítanak a csak a múlt eseményein alapuló tervekkel. (Belényesi - Számadó 2015)

A tanácsadásnak, a stratégiaalkotásnak, a stratégiai menedzsmentnek, a kontrollingnak, a létesítmények gazdaságos üzemeltetésének, az adatelemzésnek és adatvédelemnek a vállalati szférában nagy hagyománya van, részletesen lásd bővebben: Tokár-Szadai 2020 a-b., Musinszki 2016, Csiszár 2019, 2022, Szűcsné Markovics 2017, 2019, Kiss 2020, Fülöp-Hódiné Hernádi 2014, Fodor 2013, Karajz 2021, Illés 2016. Az a tény, hogy az önkormányzatok, jogi helyzetüknél fogva, a vállalatokétól eltérő működési közegben végzik a tevékenységüket, még nem zárja ki a vállalati jó gyakorlatok, bevált módszerek átvételét. Éppen ezért a stratégiai tervezésük fejlesztésének első számú ismeretforrása a vállalati szférában meghonosodott stratégiai menedzsment és annak eszköztára. Mindazonáltal az ismert módszereknek a teljes körű átvétele a közsféra számára több szempontból sem szerencsés. Az egyik ilyen érv, hogy az önkormányzatoknak különböző érdekelt csoportokat kell képviselniük, így számukra az átfogó célok megfogalmazása is nehezebb, a másik, hogy a stratégiai és a politikai időtávok nem esnek egybe. (Guyadeen et.al. 2023).

A stratégia a szervezeti célok megvalósulásának elsődleges eszköze, míg a stratégiai tervezés a stratégiai koncepció megalkotását és megvalósításhoz kapcsolódó akciókat jelenti. (Berry-Wechsler 1995, Belényesi 2019) A vállalati gyakorlatban a hagyományos stratégiai tervezés merev struktúráját a környezeti és belső tényezők változékonyságát

rugalmasabban lekövető ügynevezett stratégiai menedzsment gondolkodás váltotta fel. Ennek lényege, hogy rendszerszemléletű probléma megközelítést alkalmazva ötvözi a stratégia kidolgozását és annak megvalósítását. (Balaton et.al. 2014) A stratégiai gondolkodás nem csak a szervezeti célok megfogalmazását segíti, és a kihívások megoldására szolgál, hanem elmélyíti a tanulási képességet, amely az önkormányzatok vonatkozásában különösen nagy jelentőséggel bír, hiszen a helyi lakosság érdekeit képviselve végzik tevékenységüket, így munkájuk eredményessége is felszínre kerül. Ezen felül az érdekeltek és a nyilvánosság bevonása a tervezési folyamatba növeli a köztisztviselőkbe vetett bizalmat, segíti az átláthatóságot és az elszámoltathatóságot. (Guyadeen 2023) A helyi önkormányzatok a törvény által delegált közfeladataikat közszolgáltató szervezeteiken keresztül látják el, amelyek finanszírozási struktúrájában megjelennek a közösségi források. Ezért is fontos a forrásfelhasználás céljának pontos kijelölése, a kitűzött célok transzparens nyomon követése és az integritás. (Kocziszky-Veresné Somosi 2016)

2. Az önkormányzati tervezés és stratégiaalkotás hazai sajátosságai

Az önkormányzati szintű tervezés gerincét az államháztartásról szóló 2011. évi CXCV. törvény (Áht.), valamint a Magyarország helyi önkormányzatairól szóló CLXXXIX. törvény (Mötv.) adja. Az önkormányzatok kötelező feladatait és az elkészítendő dokumentumok listáját az önkormányzatok elektronikus hatásköri jegyzéke tartalmazza, amely a Kormány honlapján érhető el. A jegyzék ágazati bontásban nem csak a terveket, hanem az elkészítésükért felelős területi szintet (megye, vármegye, főváros, fővárosi kerület, megyei jogú város, város, község), a felelős személyt (polgármester, jegyző, testület stb.) és a vonatkozó jogszabályokat is tételesen tartalmazza. Az önkormányzatok által kötelezően elkészítendő dokumentumok többek között a településfejlesztési koncepció, a településszerkezeti terv, településrendezési terv, intézményfejlesztési tervek, a gazdaságfejlesztési program, a környezetvédelmi program, a civil együttműködési és cselekvési program. Emellett az önkormányzatok készíthetnek olyan tervdokumentumokat, amelyek jogilag nem kötelezőek, viszont jól kifejezik az adott település fejlődési szándékát, vagy a közösségi értékek melletti elköteleződését,

mint például a klímaváltozás elleni harc. Erre jó példák a Fenntartható Energia és Klíma Akciótervek (SECAP).

A tervezési időszávok tekintetében jellemzően hosszú, közép és rövid távú tervekről beszélhetünk. (Belényesi- Számadó 2015)

A dokumentumok hierarchikus egymásra épülése hasonló a jogszabályi hierarchiához, „tehát az alacsonyabb szintű stratégiai dokumentum nem lehet ellentétes a logikailag a hierarchiában fölötte álló szinten lévő stratégiai dokumentummal.” (Belényesi 2019, 179.)

Greenwoodra (1987) hivatkozva Drótos (2011) (in Belényesi 2019, 178.) a kidolgozott stratégiák alapján az alábbi önkormányzat típusokat azonosította:

- Védők: azok az önkormányzatok, amelyek a stabilitást előnyben részesítik a kísérletezéssel szemben, és a kötelezően előírt feladataik ellátására összpontosítanak. Leginkább belső hatékonysági problémáikkal vannak elfoglalva.
- Elemzők: azok az önkormányzatok, amelyek más, hasonló funkciókat gyakorló önkormányzatoktól kívánnak tanulni saját teljesítményük javítása céljából.
- Kutatók: azok az önkormányzatok, amelyek aktívan keresik az új lehetőségeket és kihívásokat.
- Reagálók: azok az önkormányzatok, amelyek pozitívan értékelik a stabilitást, de változtatnak, ha a körülmények megkövetelik.

Az önkormányzati stratégiai tervek értékelése és fejlesztése a sikeresség szempontjából megkerülhetetlen feladat. Erre első ízben Kaiser és szerzőtársai tettek kísérletet. Az 1995-ben publikált tanulmányukban az erős empirikus megalapozottságot, a világos célmeghatározást és a vonatkozó szakpolitikákat jelölték meg a tervek minőségét befolyásoló tényezőkként. A későbbi szakirodalmi források ezen tényezőket a végrehajtással kapcsolatos iránymutatással, a nyomon követéssel, a szervezetek közötti koordinációval, a nyilvánosság bevonásával, valamint a közérthetőség és vonzó terv jellemzőkkel egészítették ki. (Guyadeen 2023, p 2.)

A Magyarországon működő önkormányzatok a tervezési tevékenységet döntően az éves költségvetés elkészítésével azonosítják, és jellemzően inkrementális tervezési módszert alkalmaznak. A tervezés-

ben bár kisebb arányban ugyan, de a cél- és teljesítményalapú, a nullbázisú és az egyéb teljesítményalapú, módszerek is helyet kapnak. Általánosságban véve a tervezési munka megkezdése mögötti fő motíváló erő külső kényszerből fakad, így különösen a jogszabályi előírásoknak való megfelelésből, amely mellett az önkormányzatok szuverén célrendszere csak másodlagos. A stratégiai tervezési módszerek gyakorlati beágyazottsága még nem megfelelő színvonalú, az üzleti szférában elterjedt módszerek, mint a Balaced Scorecard (BSC), TQM, a benchmark elemzés, Porter- és Pest elemzés, stb. bár az önkormányzatok számára ismert módszerek, alkalmazásuk esetleges. A SWOT analízis az egyik olyan eljárás, amelyet rendszeresen vagy legalább esetenként alkalmaznak. Mindazonáltal kedvező az önkormányzatok nyitottsága, amely a stratégiai tervezés folyamatának kiépítését és továbbfejlesztését szorgalmazza. (Sisa-Veress 2014) Az éves költségvetés megtervezése során alkalmazott módszerek előnyei és hátrányai a jelenlegi energiaválság miatt sokkal inkább kirajzolódni látszanak, és az éves energiaköltség tervezés esetén az inkrementális tervezési módszer, a gyorsan változó energiapiaci helyzet miatt már nem állja meg a helyét. A villamos energia és földgázárak, valamint a külön kezelt intézményekre vonatkozó távhőárak drasztikus emelkedése az önkormányzatokat is kedvezőtlenül érinti (a földgázárak emelkedésének hatását a távhőszektorra lásd Horváth 2022.). A stratégiai módszerek ismertségéből látszik, hogy az önkormányzatnál dolgozó szakemberek a felsőoktatási képzésük során bár megismerkedtek a fent nevezett eszközökkel, a gyakorlati munka megkezdésekor azokat már nem alkalmazzák, hasznosítják. A probléma feloldásában segíthetnének a felsőoktatási intézményekkel közösen szervezett gyakorlatorientált továbbképzések.

Plant (2009) szerint a stratégiák megvalósulásának tudatos nyomon követése sok esetben hiányzik. (Belényesi 2019) A tervek célmeghatározása alapvetően jó, azok minőségét, empirikus megalapozottságát, az érintettek bevonásának mértékét, a tervek végrehajtását és nyomon követését, ellenőrző folyamatok nem működnek megfelelő színvonalon. (Guyadeen et al. 2023) Ez a hazai gyakorlatra is igaz, amelyből az következik, hogy az alkalmazkodóképesség hiányzó tulajdonság. (Sisa-Veress 2014) Az önkormányzatiság fontos mércéje a közösségek önszervező képessége és az érintettek mind magasabb

fokú bevonása. Minderre az Möt.v.2.§ (I) bekezdése teljes körű felhatalmazást ad a lakosságnak, civil szervezeteknek, amellyel többnyire nem élnek. (Farkasné Gasparics-Számadó 2015) Az önkormányzatok részéről is hiányzik az aktív kapcsolattartás. A stratégia kidolgozásának folyamatában résztvevő érintettek köre szűk, legtöbb esetben a polgármesterre, a jegyzőre és a pénzügyi-gazdasági vezetőre, valamint a képviselőtestületre korlátozódik. A lakossági részvétel jellemzően a legalacsonyabb, őket követik a civil szervezetek és a külső szaktanácsadók. (Sisa-Veress 2014)

3. Önkormányzati stratégiaalkotás a klímacélok szolgálatában

A fenntarthatósági célok teljesülése napjainkra mindinkább sürgetőbbé válik. A települések klímaváltozás ellen megtett erőfeszítései az elmúlt években egyre fokozódnak. Köszönhető ez egyrészt a támogató szakpolitikai rendszernek, másrészt az ismeretek szétterjedésének és a közösségi (önkormányzati, vállalkozói, lakossági, civil szervezetek) összefogásának. Az elképzeléseket megfogalmazó stratégiai és operatív tervek megközelítési módjairól, valamint a stratégiaalkotás folyamatáról, a tervek végrehajtásának ellenőrzéséről, sikerességéről nem áll rendelkezésre elegendő információ. (Reckien et. al. 2019)

A klímaváltozás elleni harc két területre összpontosul, a mitigációra (mérséklés) és az adaptációra (alkalmazkodás). A mérséklés az éghajlatváltozás okait próbálja megszüntetni, azaz az üvegházhatású gázok kibocsátását eliminálni, minimalizálni, az adaptáció „az éghajlatváltozással szembeni helyi sebezhetőség csökkentését, a természetes vagy emberi rendszerekben a tényleges vagy várható éghajlatra és annak hatásaira adott válaszként történő kiigazítást.” jelenti (IPCC jelentés in Pasimeni et. al. 2019, 20)

Reckien és szerzőtársai 886 európai uniós (EU-28) város terveit hasonlította össze azzal a céllal, hogy megvizsgálják a vonatkozó szakpolitika sikerességét, és a helyi erőfeszítések színvonalát.

Reckien et al. (2018, 2019) megalkották a helyi klímatervek általános osztályozási rendszerét a területi indíttatásuk és a meglévő helyi dokumentumokba való beágyazódottságuk alapján. (1. táblázat)

1. táblázat: A helyi klímatervek tipológiája						
Területi dimenzió Típus	A meglévő helyi politikai dokumentumokkal való integráció vagy azokon belüli elhelyezkedés					
	Általános (Mainstreamed)		Vertikális			
	Célzott (Dedicated)	Horizontális	Az ÜHG-forrásokkal és az éghajlatváltozás hatásaival parciálisan foglalkozó, önálló (C)	Operatív (D)	Eghajlattal kapcsolatos (E)	Területi (F)
	Átfogó és önálló (A)	Általános és inkluzív (B)				
Helyi	A1. A helyi hatóság vagy önkormányzat által kidolgozott klímaterv, amely több ágazatot érintően foglalkozik az éghajlatváltozással. Egy önálló tervdokumentum, amelynek elkészítését nem támogatják nemzetközi szervezetek, pénzügyi intézmények. A címben vagy a bevezetőben fő motívációként szerepel az éghajlatváltozás mérséklése és/vagy az alkalmazkodás.	Más, az éghajlatváltozással kapcsolatos szempontokat is tartalmazó önkormányzati terv, pl. fenntartási terv, ellenálló képességi terv, fejlesztési/mesterterv, alapstratégia.	Az éghajlatváltozás bizonyos ágazati (pl. energia) vonatkozásaival, vagy hatásaival (pl. hőhullámok, árvizek) foglalkozó önálló helyi klímaterv	Konkrét önkormányzati feladatellátásra, például egyetemekre, iskolákra, lakásszövetkezetekre, kórházakra kidolgozott terv pl. területi- és működésspecifikus szén-dioxid-gazdálkodási terv, pl. városfejlesztési terv, önkormányzati katasztrófaelhárítási terv, katasztrófa-kockázat-csökkentési terv, polgári védelmi terv	Az éghajlati kérdésekhez kapcsolódó, de világos fókusz, és egyetlen, az éghajlatváltozással foglalkozó önálló fejezet nélküli terv, pl. városfejlesztési terv, önkormányzati katasztrófaelhárítási terv, katasztrófa-kockázat-csökkentési terv, polgári védelmi terv	A városok bizonyos területeire vonatkozó helyi klímatervek
Nemzeti szabályozás	A2. A nemzeti szabályozás által jogilag megkövetelt önálló dokumentum.	-	-	-	-	-
Nemzetközileg indokált	A3. Nemzetközi szervezetek segítségével, pl. Polgármesterek Klíma- és Energiaügyi Szövetsége támogatásával kidolgozott helyi éghajlati terv pl. Fenntartható Energia Akciótervek (SEAP) vagy Fenntartható Energia és Klíma Akciótervek (SECAP)	-	-	-	-	-

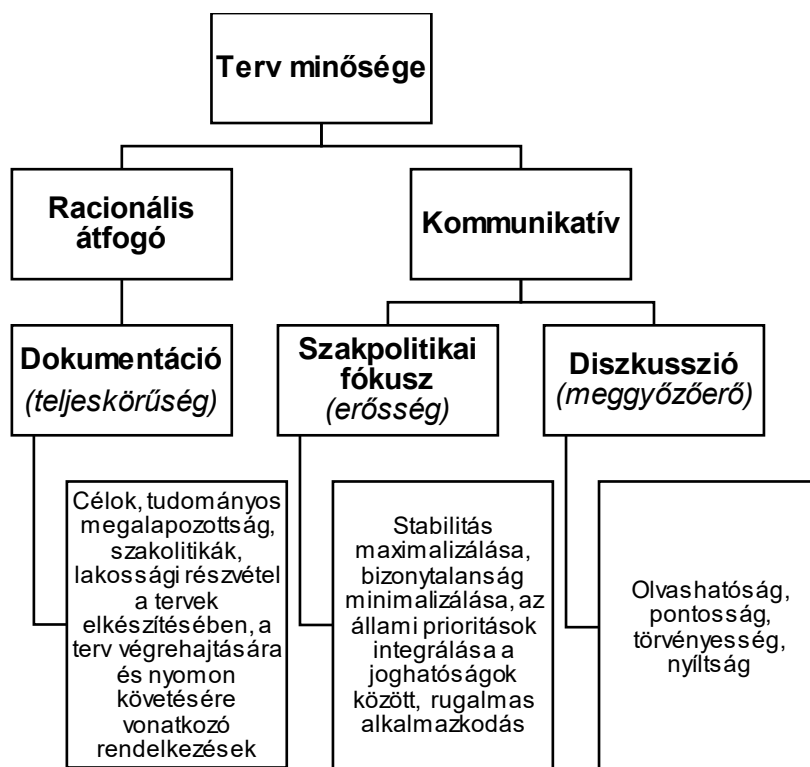
Forrás: Reckien et.al 2018, 211. és 2019, 951. alapján

A tervek területi indíttatásuk alapján önállóak (helyi), nemzeti szabályozás alá esők, illetve nemzetközileg indukáltak lehetnek. A helyi tervezési dokumentumokba való beágyazottságukat tekintve megkülönböztetnek átfogó és önálló (A), általános és inkluzív (B), az ÜHG-forrásokkal és az éghajlatváltozás hatásaival parciálisan foglalkozó, önálló (C), operatív (D), éghajlattal kapcsolatos (E) és területi (F) terveket. Az átfogó és önálló terveket célzott terveknek is tekinthetjük. Az ezekben a dokumentumokban foglalt akciók végrehajtása közvetlenül támogatja az éghajlatváltozás elleni küzdelmet, például a mitigációs és az adaptációs szakpolitikai célok megvalósulását. Az általános és inkluzív tervek az általános horizontális tervek családjába tartoznak, amelyekre jellemző, hogy több szektort felölelő, az éghajlatváltozásnál tágabb, különböző szakpolitikai területek célrendszerét is figyelembe vevő tervek. Az ÜHG-forrásokkal és az éghajlatváltozás hatásaival parciálisan foglalkozó, önálló tervek az általános vertikális tervek csoportjába tartoznak. Ezek a tervek jellemzően szektorális, pl. energiaszektorra érintő tervek. Az operatív tervek (D) az intézményi terveket ölelik fel. Az éghajlattal kapcsolatos tervek (E) az éghajlatváltozás hatásait kezelő, de magát az éghajlatváltozás okát nem befolyásoló tervek, mint például a levegőtisztasági tervek. A területi tervek (F) a városok egyes részeire koncentrálnak. A nemzeti és regionális klíma adaptációs és mitigációs tervek mellett a városok belső tulajdonságai, mint például a gazdasági erő, a foglalkoztatás, és a klímaváltozás elleni küzdelem, jelentősen hatnak a helyi fejlesztési tervek megvalósulására és tartalmára. (Reckien et al. 2019) A helyi klímavédelmi tervek kidolgozása és sikeres végrehajtása egy kétutas megoldás eredményeként valósulhat meg. Az egyik lehetőség, amikor a tervezési folyamatban a célzott és az általános nézőpontokat együttesen veszik figyelembe, a másik mikor első ízben a célzott tervek érvényesülnek, majd később erre alapozva dolgozzák ki az általános terveket. Ezen tervezési módszer érvényesülésének köszönhetően a célzott tervek meghatározzák a helyi klímatervek fő fókuszát, míg az általános nézőpontok megteremtik a kapcsolatot a különböző szakpolitikai célok között, valamint segítenek a tervek megvalósításában. Reckien et al. (2018, 2019)

Az egyes tervdokumentumok közötti különbségek az alapján is felvázolhatók, hogy az adott önkormányzat kapott-e, igénybe vett-e külső

segítséget a tervek elkészítéséhez. Az önkormányzatok számára az emberi- és az anyagi erőforrások sok esetben szűk keresztmetszetet jelentenek. Ezeknek a feloldását segíti a nemzetközi szervezetekkel való kooperáció. Ezeknek az intézményeknek az iránymutatásai, módszertani ajánlásai képesek áthidalni, kiküszöbölni a helyi önkormányzatok tervezési sajátosságaiban mutatkozó hiányosságokat, és segítenek továbbfejleszteni az elképzeléseket, felülvizsgálni a már meglévő terveket. Ilyen nemzetközi szervezetek például a Polgármesterek Klíma- és Energiaügyi Szövetsége (CoM), a C40 Cities Climate, a Helyi önkormányzatok a fenntarthatóságért (ICLEI-Local Governments for Sustainability). (Reckien et.al 2019; Salvia et.al. 2021, Bertoldi et. al. 2018, Martire et.al. 2018)

A dokumentum és tartalomelemzés az egyik olyan módszertani eszköz, amely segít feltérképezni a helyi stratégiai tervek minőségét. Az elemzés történhet hagyományosnak tekinthető irányvonalak mentén, amely az úgynevezett racionális (rational approach) megközelítés, illetve újszerű, azaz kommunikációs szempontok (communicative approach) mentén. (1. ábra) A racionális megközelítés segít feltérképezni a stratégiai dokumentum vázát, a terveket a kijelölt célok mentén értékeli, azok végrehajtását és nyomon követését a problémamegoldás eszközeként tekinti. A kommunikatív vagy meggyőző (persuasive) aspektusok ellenben a hatékony döntéshozatalt és a konszenzusépítést elősegítő tényezőket veszi figyelembe. A tervek megfelelő értékelése nem valósulhat meg egyik vagy másik nézőpont mellőzésével. A dokumentáció a terv általános strukturális felépítését és az alapelveket foglalja össze. A szakpolitikai dimenzió mentén a terv, mint kommunikációs eszköz hatékonyság szempontjából értékelhetővé válik, nyilvánvalóvá válnak a fő problémák megoldására tett javaslatok, intézkedések erősségei, valamint megítélhető a terv hierarchikus összefonódása más szakpolitikai tervekkel. A diszkurzus dimenzió „a tervet, mint kommunikációs eszközt értékeli”, tehát, hogy az az olvasóközönség számára mennyire megnyerő. (Hossu et. al. 2020, 2.)



1. ábra: A helyi környezeti stratégiai tervek értékelési keretrendszere

Forrás: Source: Connell - Daoust-Filiatrault. (2017) gyűjtése alapján in Hossu et.al. 2020, 2. szerint

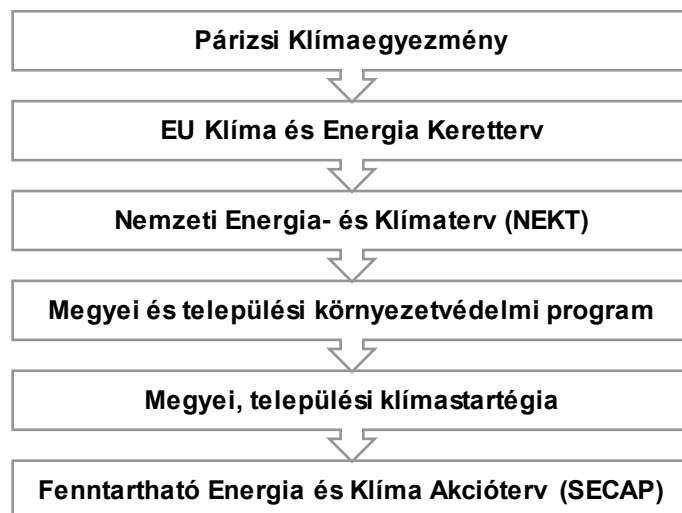
4. Példa az éghajlatpolitikai célok önkormányzati stratégiai dokumentumba való integrálódására

„A helyi és regionális önkormányzatok jelentik azt a kormányzati szintet, ahol a magasabb szinteken meghatározott politikákat végrehajtják, és a stratégiákat és elképzeléseket valódi cselekvési tervvé alakítják, valamint kézzelfogható eredményeket mutatnak be a polgároknak.” (Di Leo-Salvia 2017, 286) Az éghajlatpolitikai célok önkormányzati stratégiai dokumentumokba való integrálódására jó példa az úgynevezett Fenntartható Energia és Klíma Akcióterv, amelyet az önkormányzatok a Polgármesterek Klíma- és Energiaügyi Szövetségéhez való önkéntes csatlakozást követő két éven belül készítenek el, és amelyekben vállalásokat tesznek az uniós klímacélok melletti elköteleződésre (mitigációs, adaptációs célok, energiaszegénység enyhítése), illetve a klíma- és energiakitettségüket csökkentő intézkedéscsomagot fogadnak el. (CoM) Ez a dokumentum Reckien et. al (2018) szerint a célzott,

önálló, nemzetközileg indukált helyi tervek csoportjába tartozik. Az önkormányzatok által elkészített stratégiai dokumentumok esetében fontos vezérelni, hogy az azonos célrendszert szolgáló tervdokumentumok hierarchikus rendszert alkossanak, azaz egy helyi akcióterv levezethető legyen egy országos vagy uniós stratégiából és/vagy szakpolitikai célkitűzésekből. (Belényesi 2019)

Az 2. ábra az éghajlati stratégia önkormányzati stratégiába való beépülésének egy lehetséges változatát mutatja be. A 2015-ben megkötött Párizsi Klímaegyezmény, reagálva a globális felmelegedés okozta gazdasági, társadalmi, környezeti problémákra kimondta, hogy a Föld átlaghőmérsékletének emelkedését az iparosodás előtti szinthez képest 2 °C alatt kell tartani, de a legkívánatosabb a $1,5\text{ °C}$ lenne. (UN 2015) A klímaváltozásért egyértelműen az iparosodás, és az üvegházhatásúgáz-kibocsátás tehető felelőssé, amelyet a túlzott lakossági fogyasztás tovább súlyosbított. Az Európai Unió az egyik legnagyobb energiafogyasztó és ÜHG kibocsátó a világon, ezért a Párizsi Klímaegyezmény sikere jelentős mértékben rajta is múlik. (Liobikiené-Butkus 2017) Így 2016-ban az EU, hivatalosan vállalta, hogy 2030-ig legalább 40 százalékkal csökkenti az ÜHG kibocsátását (EU 2016/1841). Az európai zöld megállapodás (Green Deal), valamint az „Irány az 55%!” intézkedéscsomag keretein belül az Unió még nagyobb vállalást tett, 2030-ra 55 százalékos ÜHG csökkentést ígér, 2050-re pedig a klímasemlegességet kívánja elérni. (2020/0036/COD; COM(2021) 550) 2016. novemberében az Európai Unió Tiszta Energia Csomagjában kérte fel a tagállamokat, hogy a Párizsi Klímaegyezmény, valamint az Unió klímacéljaival összhangban készítsék el Nemzeti Energia- és Klímatervüket, amelynek Magyarország is eleget tett. (NEKT 2020) Az 1995. évi LIII. tv. 46. § (1) b) alapján a község, város, megyei jogú város, fővárosi kerület és a főváros, tehát a területi önkormányzat „önálló települési környezetvédelmi programot dolgoz ki, amelyet képviselő-testülete (közgyűlése) hagy jóvá”. A Nemzeti Környezetvédelmi Program (TIM 2022, 78.) alapján meghatározott fő irányvonalak többek között „A települési klímastratégiákon keresztül a zöldfelületek fejlesztése, zöldfelületi elemek tervezése, átalakítása az éghajlatváltozáshoz való alkalmazkodás”, illetve a Települési Környezetvédelmi Programok (TKP) a Nemzeti Környezetvédelmi Programok (NKP) (és az NKP

alapján kialakított megyei környezetvédelmi program) szerinti felülvizsgálata.



2.ábra: Az éghajlat stratégiai dokumentumok hierarchiájának egy lehetséges példája

Forrás: Saját szerkesztés

A helyben fontos feladatok meghatározását szolgálják az elmúlt években jelentős számban készült, illetve kidolgozás alatt álló települési klímastartégiák, valamint a Fenntartható Klíma és Energia Akciótervek (SECAP) is. (TIM 2022, 129.)

5. Összefoglalás

Az önkormányzati stratégiaalkotás - megvalósítás - ellenőrzés a hagyományos mutatókon túl olyan minőségi, jövőbe tekintő indikátorrendszereket kíván, amelyek együttesen képesek szolgálni az önkormányzati célok megvalósulását és rugalmasan reagálni a környezeti változásokra. A klímavédelmi nemzetközi szervezetek az önkormányzatok tervezési sajátosságai során jelentkező szűk keresztmetszeteket segítik feloldani. Segítségükkel az önkormányzatok megismerhetik a nemzetközi jó gyakorlatokat, és hasznosíthatják ezen szervezetek tudását, tervezési módszertanait. Magyarországon az éghajlatpolitikát érintő önkormányzati stratégiaiák jól követhető hierarchikus rendszerbe integrálódva születnek meg. A legalsó szinten az úgynevezett Fenn-

tartható Energia és Klíma Akciótervek helyezkednek el, amelyek a település sajátosságait, lehetőségeit figyelembe véve tesznek kísérletet az üvegházhatásúgáz-kibocsátás csökkentésére (mitigáció), a megváltozott klimatikus viszonyokhoz való mind magasabb fokú alkalmazkodásra (adaptáció) és a helyben jelentkező energiaszegénység felszámolására.

Köszönetnyilvánítás



„A KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS MINISZTERIUM ÚNKP-22-4 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.”

A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú, Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg.

Irodalomjegyzék

Ács Anna Fruzsina; Árvai-Bencze Katalin; Bence Karola; Barabás Zoltán; Bekényi József; Csorba Csaba; Csordás Henrietta; Csókásné Krajcár Szabina; Deák László; Faragó Ágnes; Gavlik Melinda; Gere Dömötör; Hercig Zsuzsanna; Holczreiter Marianna; Kiss Klára; Komenczi Lajosné; Langó Anett; Makkai Anikó; Mórocza Zsófia; Nothart Péter; Papp Emese; Pethő Brigitta; Rostás Gábor; Sebánné Joó Tünde; Sztzker Petra; Számadó Róza; Szendi-Stenger Hajnalka; Torda András; Tóth Ferenc (2019): Önkormányzatoknak Önkormányzatokról. Budapest, Belügyminisztérium. <https://2015-2019.kormany.hu/download/b/4d/b1000/%C3%96nkorm%C3%A1nyzati%20k%C3%B6nyv%20-%20Online.pdf#!DocumentBrowse> (letöltve 2020.05.)

Balaton Károly; Hortoványi Lilla; Incze Emma; Laczkó Márk; Szabó Zsolt Roland; Tari Ernő (2014): Stratégiai menedzsment Budapest, Magyarország: Akadémiai Kiadó, Academic Press, 338 p.

Belényesi Emese (2019): A stratégiaalkotás módszertana, sajátosságok a közigazgatásban in Belényesi, Emese; Koronváry, Péter; Szabó, Szilvia - Hausner, Gábor (szerk.) Közzolgálati szervezés- és vezetéselmélet Budapest, Magyarország Dialóg Campus Kiadó, 262 p. pp. 171-184., 14 p.

Belényesi Emese; Számadó Róza (2015): Önkormányzatok tervezési gyakorlata – tervek és a valóság. Új magyar közigazgatás 3 : 3 pp. 28-40., 13 p.

Berry F. S.; Wechsler, B. (1995): State agencies' experience with strategic planning: Findings from a national survey. *Public Administration Review*, 55(2), 159–168

Bertoldi P., Kona A., Rivas S., Dallemand J.F. (2018): Towards a global comprehensive and transparent framework for cities and local governments enabling an effective contribution to the Paris climate agreement, *Current Opinion in Environmental Sustainability*, Volume 30, February 2018, Pages 67-74, <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2018.03.009>

Csiszár Cs. M., (2019): Adatvédelem a digitális térben avagy mennyire vagyunk biztonságban. In "Mérleg és Kihívások" XI. Nemzetközi Tudományos Konferencia. pp. 62–68.

Csiszár Cs. M. (2022): Digitális transzformáció helyzete Magyarországon és az Európai Unióban (The State of Digital Transformation in Hungary and the European Union) In: Veresné, Somosi Mariann; Lipták, Katalin; Harangozó, Zsolt (szerk.) "Mérleg és Kihívások-Fenntarthatóság" XII. Nemzetközi Tudományos Konferencia: Konferenciakötet Miskolc-Egyetemváros, Magyarország: Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 760 p. pp. 417-427, 11 p.

Di Leo S., Salvia M. (2017): Local strategies and action plans towards resource efficiency in South East Europe, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, Volume 68, Part 1, pp. 286-305, ISSN 1364-0321, <https://doi.org/10.1016/j.rser.2016.09.115>

Farkasné Gasparics Emese; Számadó Róza (2015): A településmenedzsment átalakulása a működési keretek tükrében Polgári Szemle: *Gazdasági és Társadalmi Folyóirat* 11: 1--3 pp. 1-15., 15 p.

Fodor B. (2013): Measurability of cultural benefit impacts emerging in fields of recreation in cost-benefit analysis, In: Goran, Vlastic; Jurica,

Guyadeen D., Henstra D., Kaup S., Wright G. (2023): Evaluating the quality of municipal strategic plans, *Evaluation and Program Planning*, Volume 96, 102186, ISSN 0149-7189, <https://doi.org/10.1016/j.eval-progplan.2022.102186>

Horváth, Ágnes: A földgázár-emelkedés hatása a hazai távhőszektorra. In: Veresné, Somosi Mariann; Lipták, Katalin; Harangozó, Zsolt (szerk.) "Mérleg és Kihívások - Fenntarthatóság" XII. Nemzetközi Tudományos Konferencia: Konferenciakötet Miskolc-Egyetemváros, Magyarország: Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 760 p. pp. 464-476., 13 p.

Hossu C. A., Iojă I-C., Mitincu C. G., Artmann M., Hersperger A. M. (2020): An evaluation of environmental plans quality: Addressing the rational and communicative perspectives, *Journal of Environmental Management*, Volume 256, 109984, ISSN 0301-4797, <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.109984>

Illés M. (2016): Enterprise Models in Terms of Sustainability. Theory Methodology Practice: Club of Economics in Miskolc 12: Special Issue pp. 55-67., 13 p.

Karajz S. (2021): The Impact of Digitalization on the Social Innovation of Peripheral Areas. In: The impacts of digitalization, social innovations and conflicts, Miskolc: University of Miskolc Faculty of Economics, pp 63-75.

Kiss G. (2020): Az információ hatalom? In Tavaszi Szél 2019 Konferencia = Spring Wind 2019: Konferenciakötet II. pp. 298–305.

Kocziszky Gy.; Veresné Somosi M. (2016): Közszolgáltató szervezetek hatékonyságnövelésének lehetőségei Észak-Magyarországi Stratégiai Füzetek 13: 2 pp. 41-56., 16 p.

Liobikiené G., Butkus M. (2017): The European Union possibilities to achieve targets of Europe 2020 and Paris agreement climate policy, Renewable Energy, Volume 106, Pages 298-309, ISSN 0960-1481, <https://doi.org/10.1016/j.renene.2017.01.036>.

Martire S., Mirabella N., Sala S. (2018): Widening the perspective in greenhouse gas emissions accounting: The way forward for supporting climate and energy policies at municipal level, Journal of Cleaner Production Volume 176, 1 March 2018, Pages 842-851, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.055>

Musinszki Zoltán (2016): Pénzügyi mutatókon innen és túl Észak-Magyarországi Stratégiai Füzetek 13: 2 pp. 71-80., 10 p.

Pasimeni M. R., Valente D., Zurlini G., Petrosillo I. (2019): The interplay between urban mitigation and adaptation strategies to face climate change in two European countries, Environmental Science & Policy, Volume 95, 2019, Pages 20-27, ISSN 1462-9011, <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2019.02.002>

Pavicic; Josef, Langer (szerk.) Global Business Conference 2013 Winter, February 04-08, 2013, pp. 81-89., 9 p.

Fülöp Gyula, Hódiné Hernádi Bettina (2014): Jelenlegi stratégiai tendenciák - a hazai vállalatok összehasonlító elemzése. Vezetéstudomány - Budapest Management Review, 45 (12). pp. 2-15.

Reckien D., Salvia M., Heidrich O., Church J. M., Pietrapertosa F., De Gregorio-Hurtado S., D'Alonzo V., Foley A., Simoes S. G., Lorencová E. K., Orru H., Orru K., Wejs A., Flacke J., Olazabal M., Geneletti D., Feliu E., Vasilie S., Nador C., Krook-Riekkola A., Matosović M., Fokaides P. A., Ioannou I. B., Flamos A., Spyridaki N.A., Balzan M.V., Fülöp O., Paspaldzhiev I., Grafakos S., Dawson R. (2018): How are cities planning to respond to climate change? Assessment of local climate plans from 885 cities in the EU-28, *Journal of Cleaner Production*, Volume 191, Pages 207-219, ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.220>.

Reckien D., Salvia M., Pietrapertosa F., Simoes S.G., Olazabal M., De Gregorio Hurtado S., Geneletti D., Krkoška Lorencová E., D'Alonzo V., Krook-Riekkola A., Fokaides P.A., Ioannou B.I., Foley A., Orru H., Orru K., Wejs A., Flacke J., Church J.M., Feliu E., Vasilie S., Nador C., Matosović M., Flamos A., Spyridaki N.-A., Balzan M.V, Fülöp O., Grafakos S., Paspaldzhiev I., Heidrich O. (2019): Dedicated versus mainstreaming approaches in local climate plans in Europe, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, Volume 112, Pages 948-959, ISSN 1364-0321, <https://doi.org/10.1016/j.rser.2019.05.014>.

Salvia M., Olazabal M., Fokaides P.A., Tardieud L., Simoes S. G., Geneletti D., De Gregorio Hurtado S., Viguié V., Spyridaki N-A., Pietrapertosa F., Ioannou B.I., Matosović M., Flamos A., Balzan M. V., Feliu E., Rižnar K., Belšak Šelm N., Heidrich O., Reckien D. (2021): Climate mitigation in the Mediterranean Europe: An assessment of regional and city-level plans, *Journal of Environmental Management*, Volume 295, 1 October 2021, 113146, <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113146>

Sisa K.; Veress A. (2014): Felmérés a települési önkormányzatok tervezési módszereiről *Statisztikai Szemle* 92: 5 pp. 447-473., 27 p.

Szűcsné Markovics K. (2019): A létesítmény-fenntartási költségek vizsgálata a hazai feldolgozóiparban. In.: Kőszegi I. R. (szerk.): III. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia: Versenyképesség és innováció, Neumann János Egyetem Kertészeti és Vidékfejlesztési Kar, pp. 699-704. ISBN: 9786155817199

Szűcsné Markovics K. (2017): A controlling, mint az eredményes létesítménygazdálkodás egyik előfeltétele. Controller Info Különszám (2063-9309), pp. 293-302.

Tokár-Szadai Á. (2020a): Changes in the Management Consulting Market in Northeastern Hungary, 2001-2016 In: Észak-Magyarországi Stratégiai Füzetek 17: 1 pp. 17-26. , 10 p.

Tokár-Szadai Á. (2020b): A vezetési tanácsadási szolgáltatás igénybevétele speciális okainak változása 2001 és 2016 között In: GRADUS 7: 2 pp. 259-269., 11 p.

A klímasemlegesség elérését célzó keret létrehozásáról és az (EU) 2018/1999 rendelet (az európai klímarendelet) módosításáról

A Magyarország helyi önkormányzatairól szóló CLXXXIX. törvény (Mötv.)

2020/0036/COD Javaslat – Az Európai Parlament és a Tanács rendelete

A környezet védelmének általános szabályairól 1995. évi LIII. törvény
Az államháztartásról szóló 2011. évi CXCV. törvény (Áht.)

COM(2021) 550 final „Irány az 55 %!”: Az EU 2030-ra vonatkozó éghajlat-politikai célkitűzésének megvalósítása a klímasemlegesség elérése érdekében, Európai Bizottság, Brüsszel, 2021.7.14.

EU 2016/1841 International Agreement on the conclusion, on behalf of the European Union, of the Paris Agreement adopted under the United Nations Framework Convention on Climate Change

Technológiai és Ipari Minisztérium - TIM (2022): 5. Nemzeti Környezetvédelmi Program 2026-ig szóló szakpolitikai stratégia <https://kornyeztvedelem.hu/sites/default/files/media/docs/nkp-5.pdf>

CoM-Covenant of Mayors – Europe: <https://eu-mayors.ec.europa.eu/en/home>

NEKT (2020): Nemzeti Energia- és Klímaterv https://energy.ec.europa.eu/system/files/2020-01/hu_final_necp_main_hu_0.pdf
Önkormányzatok Elektronikus Hatásköri Jegyzéke: <https://kormany.hu/dokumentumtar/onkormanyzatok-elektronikus-hataskori-jegyzeke-2022-i-negyedev>

Elektronikus források utolsó ellenőrzése 2023.01.01.

