XIII. évfolyam, 95. szám

2010 AUGUSZTUS /4.

Közgazdász Fórum

Forum Economic

RMKT Economist's Forum

Kiadja a Romániai Magyar Közgazdász Társaság

A Romániai Magyar Közgazdász Társaság és a Babeş–Bolyai Tudományegyetem Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kara magyar tagozatának közös szakmai közlönye

A tartalomból

3. **Nováky Erzsébet**
Magyarország jövője szakértői előrejelzésekre és nem szakértői véleményekre építve

31. **Csata Zsombor – Deák Attila**
Gazdasági etnocentrizmus, etnikai fogyasztás az erdélyi magyarok körében

51. **Poósz Vanda – Pál Zsuzsa**
Románia országimázsáról

69. Agrárgazdaságtani rovat

83. **Vincze Mária**
Dan Cristian Dabija: Kereskedelmi vállalatok marketingje

87. **Vincze Mária – Nagy Bálint Zsolt**
Csaba László: Crisis in economics

KÖZGAZDÁSZ FÓRUM
Forum Economic
Economist's Forum
RMKT

Tartalomjegyzék

NOVÁKY ERZSÉBET
Magyarország jövője szakértői előrejelzésekre és nem szakértői véleményekre építve 3

CSATA ZSOMBOR – DEÁK ATTILA
Gazdasági etnocentrizmus, etnikai fogyasztás az erdélyi magyarok körében 31

POÓSZ VANDA – PÁL ZSUZSA
Románia országimázsáról 51

BÍRÓ BORÓKA JÚLIA
Agrárgazdaságtani rovat 69

VINCZE MÁRIA
Dan Cristian Dabija: A kereskedelmi vállalatok marketingje
– *könyvrecenzió* – 83

VINCZE MÁRIA – NAGY BÁLINT ZSOLT
Csaba László: Crisis in economics – *könyvrecenzió* – 87

CSOMAFÁY FERENC
Gazdasági események 95

Hírek 103

Magyarország jövője szakértői előrejelzésekre és nem szakértői véleményekre építve

NOVÁKY ERZSÉBET[1]

A tanulmány a Magyar Tudományos Akadémia felkérésére 2007–2008 között készített, *Magyarország 2025* című kutatás eredményeit tárja az olvasó elé. A modern jövőkutatás három módszertani elvét – komplexitás, participativitás és alternativitás – alkalmazza. Bemutatja a társadalom néhány jövő-érzékeny területén várható szakértői reményeket és félelmeket, valamint a millenniumi generáció jövő-vélekedésére alapozott négy forgatókönyvet. A szakértői előrejelzések és a nem szakértői vélemények közötti kölcsönkapcsolat szilárd alapot nyújt jövőalternatívák és stratégiák kimunkálásához.

Kulcsszavak: komplexitás, participativitás, alternativitás, alternatív forgatókönyvek, jövőalternatívák.

JEL kódok: E60, C53

A magyar jövőkutatók 2006-ban ünnepelték az MTA Gazdaság- és Jogtudományok Osztálya keretében létrejött Jövőkutatási Bizottság – amelynek első elnöke Kovács Géza egyetemi tanár, az intézményesült magyar jövőkutatás megalapozója volt – megalapításának 30. évfordulóját. Ez alkalomból rendeztük meg a VI. Magyar (Jubileumi) Jövőkutatási Konferenciát, amelynek fővédnökéül Vizi E. Szilvesztert, az MTA akkori elnökét kértük fel. Ő bízta meg a Jövőkutatási Bizottságot a *Magyarország 2025* témakörű kutatás elvégzésével, ami jelezte, hogy tudományterületünk jelentőségét mind jobban értékelik az MTA vezetői. A Jövőkutatási Bizottság örömmel tett eleget a felkérésnek.

Bizottságunk számára világos volt, hogy instabil helyzetben – mint amilyen körülvesz bennünket – a jövő körvonalazása rendkívül bizonytalan, a jövő „kiszámítása" lehetetlen. A múlt örökségeivel, a globális és nagytérségi meghatározottságokkal, a magyar társadalmat alakító biztos

[1] A közgazdaság-tudomány doktora, az MTA IX. Osztálya Jövőkutatási Bizottságának elnöke, tanszékvezető egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem

és bizonytalan kimenetelű eseményekkel, valamint a gyenge jelekkel egyaránt számolni kell. A meghatározottságok, feltételek és körülmények között a jövőt ugyanakkor döntéseinkkel, cselekedeteinkkel alakíthatjuk is. A jövőalakítás szempontjából kritikus kérdés, hogy a társadalom hogyan reagál a változásokra, hogyan alkalmazkodik az új helyzetekhez, hogyan tudja megoldani az örökölt problémákat, és milyen változásokat képes (és akar) kezdeményezni. Kutatásunk fókusza ennek a társadalmi dimenziónak a vizsgálatára helyeződött: a jövő lehetséges forgatókönyveiben különböző társadalmi megoldásokat vázoltunk fel azzal a céllal, hogy megismertessük az emberekkel saját jelentőségüket, erejüket és felelősségüket a jövő formálásában. Egyszerre gondolkodtunk egyénben és társadalomban, hiszen az egyéni és a társadalmi fejlődés egymást erősítő folyamatok, amelyeket kutatásunk során összhangban kezeltünk.

A *Magyarország 2025* kutatás időtávjának „emberi" léptéket választottunk. A következő generáció jelenébe pillantottunk be, az elkövetkező közel két évtizedet és Magyarország 2025-beli „jelenét" vizsgáltuk. Célunk nem egyetlen, pontos előrejelzés (ún. predikció) vagy prognózis készítése, illetve egyetlen jövőkép felvázolása volt, hanem *a magyar társadalom előtt álló jövőlehetőségek, remények és félelmek feltérképezése, és a 2025 körüli Magyarország jövőalternatíváinak kidolgozása.* A következő generáció jelenét részben mi alakítjuk a jelenben és a közeljövőben, ezért nagy a felelősségünk. Reális célként tűztük ki ezért a változások irányainak és lehetőségeinek idejében való felismerését és megismertetését másokkal. Ezzel segítjük a változásokra való felkészülést, és másokat is ösztönzünk az együtt gondolkodásra, a tudatos cselekvésre és ezen keresztül a tudatos jövőépítésre.

A kutatás módszertana

Kutatásunk alapvető újszerűsége abban jelent meg, hogy hazánk jövőjét a szakértők előrejelzéseinek és a jövőért felelősséget vállaló, a döntésekben jelentős szerepet vállaló nem szakértők véleményének ismeretében, azokat egységes rendszerbe építve körvonalaztuk, a változásokra koncentrálva. *A változások feltérképezése igen összetett feladat,* amelynek megoldásához a jövőkutatás három módszertani elvét hívtuk segítségül: a komplexitást, a participativitást és az alternativitást.

A *komplexitás* elvének megfelelően arra törekedtünk, hogy a valóság minél több területét bevonjuk a vizsgálódásba, és a változások lehetőségét minél szélesebb körben keressük. A demográfiai, a társadalmi, a gazdasági, a technikai/technológiai, a környezeti és a településekre vonatkozó kérdéskörök egyaránt az elemzés részét képezték. Különös hangsúlyt helyeztünk azoknak a területeknek a vizsgálatára, amelyek gyorsan változnak, és viszonylag rövid idő alatt új folyamatokat indítanak el. Fontos tudni, hogy a szakértők hogyan látják e területek jövőbeni alakulását, megjelennek-e olyan új jelenségek, események, amelyek megtörhetik a korábbi tendenciákat, és erősíthetik e területek együttműködését, összehangoltságát. Kerestük egyrészt azokat a változásokat, *amelyekre jelentős hatásunk van/lehet*, amelyeket befolyásolni tudunk és/vagy akarunk. Ilyenek a népességszám, az egészségügy és a táplálkozás, a testkultúra, a lelki betegségek, az oktatás, a fenntartható háztartások, a bűnözés-bűnüldözés, a társadalmi irányítás és közigazgatás, vagy a települések fejlesztése. Ezeken a területeken jelenik meg legnyilvánvalóbban a magyar lakosság jövőformáló ereje. Kutattuk másrészt azokat a változásokat, amelyekre alig van befolyásunk, de ahol a várható változások *jelentős társadalmi, gazdasági és/vagy környezeti hatást gyakorolnak hazánk jövőjére*. Ilyen például a globalizáció jelensége, amelyhez elsősorban alkalmazkodnunk kell. A kiválasztott területeken a *szakértők* – jövőkutatók és más tudományterületek képviselői – *jövőkutatási tanulmányokat készítettek*, amelyekben 2025-ig kitekintve előrejelezték a várható változásokat, a pozitív és a negatív fejlődéstendenciákat. A tanulmányok fókuszában a társadalmi és a technikai/technológiai megújulás lehetőségeinek és határainak feltérképezése, valamint a remények és az esetleges veszélyek/csapdák (félelmek) bemutatása állt.

A *participativitás* elvének alkalmazásakor a jövőkutatók a szakértők mellett a laikusokat is bevonják a jövőalternatívák kidolgozásába. Jelentős társadalmi változások, instabil társadalmi-gazdasági folyamatok esetén széles körű aktivizálásuk különösen fontos. Ilyen helyzetekben az egyének és a közösségek egyaránt felismerik, hogy aktívan részt kell venniük saját jövőjük formálásában. Ezzel a résztvevő érintettek megújíthatják a jövőről alkotott vélekedést, és konkrét formába önthetik azokat a tevékenységeket, amelyeket maguk is hajlandóak lennének

megtenni a jövőért. A participatív jövőkutatás alkalmazása tehát új válasz az instabilitás okozta változások keltette kihívásokra. Ma már mind többen vállalják, sőt követelik a részvételt (például mozgalmak formájában), és mind többen vállalják az ezzel járó fáradozást is. Mi is feltérképeztük a társadalmi megújulás egyéni lehetőségeit és módjait: a *mai fiatalok*, azaz a 2025-ös időszak döntéshozó pozícióba kerülő, meghatározó generációjának jövőről alkotott *elgondolásait* vizsgáltuk kérdőíves felméréssel. Arra voltunk kíváncsiak, hogy a „millenniumi generáció" tagjai – akiknek életében a globalizáció, a digitalizáció és a virtuális valóság meghatározó élmények – hogyan viszonyulnak a jövőhöz. Ennek megismeréséhez feltártuk, hogyan gondolkodnak a középiskolások és a felsőfokú oktatásban részt vevő egyetemista és főiskolás fiatalok az elkövetkező 18–20 évről. Milyen jövővárakozásaik, reményeik és félelmeik vannak az élet különböző területein, mire számítanak mint a jövő munkavállalói, állampolgárai és mint a civil szféra tagjai, miként képzelik el személyes életüket, milyen lesz a családjuk, hány gyermeket terveznek, mit tesznek azért, hogy reményeik megvalósuljanak és félelmeik mérséklődjenek. Ezek a nem szakértői vélekedések, azaz a nem szakértői remények és félelmek együttesen alkotják a *jövővárakozásokat*, amelyekre építve kidolgozhatók az alternatív forgatókönyvek. A nem szakértők ugyanis nem alkotnak homogén csoportot, és egyes csoportjaik más-más módon képzelik el a jövőjüket, más-más elvárásaik vannak, és más-más tevékenységek kifejtésére készek. Az 1000 középiskolás, 500 egyetemista és főiskolás mellett a nem szakértői vizsgálatok körébe kisebb számban bevontunk doktorjelölteket, valamint további graduális és posztgraduális hallgatókat és egy budapesti gimnázium diákcsoportját is.

Az *alternativitás elve* azt jelenti, hogy nem egy jövőt vagy jövőképet dolgozunk ki, hanem egymástól eltérő, de lehetséges forgatókönyveket és jövőalternatívákat határozunk meg. Ezek kidolgozásához a jelen kettős kötésének értelmezésén keresztül juthatunk el. Társadalmi és egyéni szinten egyaránt érzékelhető, hogy a jelen a múlt és a jövő szorításában jelenik meg. A múltból kinövő *következményjövő* adja azt a kiinduló helyzetet, állapotot, amelyhez képest az ettől eltérő jövőalternatívák létrejöhetnek. Kutatásunkban a *szakértői remények és félelmek alkotják* a

múlt–jelen–jövő komplex rendszer egyik pólusát, a reményekben és félelmekben megtestesülő *nem szakértői jövővárakozások* a másikat. Ez a két nagy terület együtt formálja, alakítja azt *a lehetőségteret (cselekvési teret)*, amelyben változást és változtatást indukáló, illetve alkalmazkodást elősegítő döntéseinkkel befolyásolhatjuk hazánk jövőjét. A jövőről alkotott elképzelések, a jövővárakozások módosító- és húzóerőt gyakorolnak jelenünkre. *Nem minden szakértői remény válhat valósággá, csak azok, amelyeket a jövővárakozásokat artikulálni képes társadalmi csoportok – az adott környezeti feltételek mellett – személyes döntéseikkel és cselekedeteikkel támogatni tudnak és akarnak*. A szakértők által megfogalmazott félelmek is csak akkor öltenek testet, ha a társadalom nem ismeri fel a megjelenített veszélyeket, és elkerüli, nem vállalja az adott probléma megoldásában való részvételt.

Az *alternativitás* elvének értelmében a *komplex jövőalternatívákat* két lépésben határoztuk meg:

• az első lépésben a participatív jövőkutatás segítségével feltárt egyéni és csoport szintű jövőattitűdökre és jövővárakozásokra építve *alternatív forgatókönyveket* (szcenáriókat) állítottunk össze,

• a második lépésben az alternatív forgatókönyvekbe integráltuk a szakértői reményeket és félelmeket. Megvizsgáltuk, hogy az egyes szakértői remények és félelmek megvalósulását mely alternatív forgatókönyvek támogatják, erősítik, illetve gyengítik. A szakértői és a nem szakértői reményeket és félelmeket ily módon egymásra vonatkoztattuk. Ebben a folyamatban alakultak át a hangsúlyozottabban a jövővárakozásokra épített *forgatókönyvek komplex jövőalternatívákká,* azaz így kerültek *egy-egy komplex rendszerbe* a szakértők által feltárt *jövőlehetőségek* és a nem szakértők által megfogalmazott *jövővárakozások*.

Ezek a komplex jövőalternatívák – amelyek a szakértői remények és félelmek, valamint az alternatív forgatókönyvek körkörös, visszacsatolásos folyamatában jönnek létre – megfelelő alapot képeznek *stratégiai elképzelések* megfogalmazásához, mert egyaránt tartalmazzák a lehetőségek és a várakozások halmazát, valamint a múlt és a jövő olyan szempontjait, amelyek meghatározzák a jelent és a jelen döntéseit. Kijelölhetik továbbá *az egyéni és a társadalmi döntések és cselekedetek halmazát* is, mert a jövőalternatívákat a szakértői és a nem szakértői remények és

félelmek, illetve a jövőlehetőségek és a jövővárakozások együtt alakítják. Így valósulhat meg a jövő formálása.

Szakértői remények és félelmek

A szakértői remények és félelmek széles tárházából – helyszűke miatt – *csak a demográfiai és a szűkebben vett társadalmi kérdésköröket ismertetem itt*, a technikai, gazdasági és környezeti szakértői előrejelzéseket lásd a *Magyarország 2025* (2010) tanulmánykötetben.

A demográfia egyik mozgatórugója a családról, a gyermekekről való gondoskodás. A szinglikultúra divatja és az egyedülállók számának növekedése veszélyezteti a hagyományos családmodellt, ez pedig többféle félelem forrása: az átlagos családnagyság csökkenése romló születési arányszámokhoz vezethet, amely a népességszámra is kedvezőtlenül hat. A jelenlegi tendenciák folytatódása mellett 2025-re a magyar lakosság száma 9,5 millió körül alakul majd. A fiatalok is érzékelik ugyanakkor a családi kötelékek lazulásából adódó veszélyeket, és közöttük tendenciaszerűen erősödik a nagycsalád és a több gyermek vállalása iránti vágy, ez pedig reményként jelenik meg a köztudatban. A magyar társadalom nemzetközi viszonylatban kimagaslóan házasság- és gyerekpárti, a felsőoktatási intézményekben tanuló fiatalok többsége számára a család és a gyerek a legfontosabb érték még akkor is, ha tényleges demográfiai magatartása eltér ettől. A tradicionális értékek még jelen vannak a társadalomban, és ha ezt a hajlandóságot célzott családpolitikával, illetve társadalmi megerősítéssel – például a családok pozitív megjelenítésével a médiában – támogatnánk, akkor újra „divat" lenne házasságban élni és több gyermeket vállalni. A gazdasági ösztönzők alkalmazása nagy potenciált rejt, hiszen a fiatalok számára a karrier és a pénzügyi siker prioritásokban a család mögött, időben azonban sokszor a családalapítás előtt jelenik meg: vagyis a fiatalok úgy gondolják, hogy gazdasági kényszerből kell a karrierjüket a család elé helyezni, hogy később „legyen pénzük gyereket vállalni".

A családról való gondolkodás fontos eleme az idősebb generációkkal való együttélés és együttműködés kérdése is. A magyar társadalom is öregedő társadalomként jellemezhető, vagyis az idősebb generációk egyre nagyobb számban és arányban vannak jelen. A fiatalabbak számára

ez sok pozitív lehetőséget rejt, hiszen így tovább számíthatnak családjuk támogatására – folyamatosan nő például a gyesre menő nagymamák száma, hiszen kedvesebbek és olcsóbbak a magánbölcsődéknél és bébiszittereknél –, illetve tovább élvezhetik szeretteik társaságát. A társadalmi működést tekintve azonban sok problémával is szembe kell néznünk: a nyugdíjrendszer jelenlegi állapotában biztosan nem fenntartható, az idősek ellátásának intézményrendszere fejletlen, illetve az egészségügy sincs felkészülve a növekvő leterheltségre. Ezek a rendszerszintű problémák megnehezíthetik az egyes családok helyzetét, hiszen intézményesített támogatás nélkül például egy háromgyerekes, dolgozó édesanya és édesapa számára minden jó szándék mellett is komoly terhet jelent egy beteg (nagy)szülő ápolása. A korfa aránytalansága és a várható élettartam növekedése (2025-re a nők várható életkora 80,5 míg a férfiaké 71,5 év) kapcsán az egyik leggyakrabban megfogalmazott remény az aktív életszakasz hosszabbodása. A tapasztalatokban gazdag munkavállalók foglalkoztatása komoly gazdasági potenciált rejt, míg az aktív szerepet vállaló idősek hozzájárulhatnak a családokra nehezedő nyomás csökkentéséhez. Ez a remény csak akkor válhat valóra, ha az élettartam növekedése az általános egészségi állapot javulásával társul.

Az egészség, az egészséges élet megvalósításának és megőrzésének lehetősége több dimenzióban is megjelenik a remények és félelmek között. A betegségek többsége környezeti és életmódbeli problémákat takar. Reményre ad okot a lakosság egészségtudatosságának erősödése, amely hozzájárulhat az emberek egészségi állapotának javulásához. Ez optimista becslések alapján az Európai Unió átlagához való felzárkózást is jelentheti. Az egészségügyi politikákban olyan innovatív megoldások is elképzelhetők, amelyek az embereket egészségük megőrzésére ösztönzik: bevezethető lenne például egyfajta bonus–malus rendszer, amelyben jutalmaznák azokat, akik vigyáznak az egészségükre, míg az egészségtelenül élőkre – például a dohányosokra – magasabb díjakat szabnának ki. Reményeink szerint az egészség fontossága a kormányzati politikákban is tükröződik majd, és az egészségügy működési feltételei is javulnak – e javulás főként az egészségügyben dolgozók munkakörnyezetének fejlesztésében és a dolgozók javadalmazásában valósulhat meg, hiszen ezek messze elmaradnak az uniós átlagtól. Az egészségügyi

ellátórendszerek helyzete azonban félelmek megfogalmazására is okot ad, hiszen a növekvő leterheltség a színvonal romlásához vezethet. Ez különösen az idősebb korosztályok ellátását és így egészségi állapotuk fenntartását veszélyezteti. A feltételek javulása mellett az egészségügy technikai fejlődésével is számolhatunk: a pontosabb diagnosztikai eszközök alkalmazása (mint például a testbe bejuttatott mikro méretű kamerák) lehetővé teszi a betegségek korai szakaszban történő gyógyítását, míg a gyógyszerkutatás fejlődése egyre több megoldást kínál, sokszor már a prevenció (például védőoltások) szintjén is. A tudományos kutatások jelenlegi eredményei reményt adnak az új alkalmazások elterjedésére: a géntérképünk megismerésétől a hibás gének kijavítását, a nanotechnológia fejlődésétől az emberi testbe beépíthető technológiák (például a látást segítő érzékelők) kifejlesztését reméljük.

Környezetünk állapotának romlása komoly félelem forrása, hiszen tudományosan bizonyított, hogy a levegő és a víz szennyezettsége több betegség okozója. A fizikai terhelésen kívül számolnunk kell a szellemi és lelki nyomással is. A stressz már Magyarországon is népbetegség, ennek további erősödésével kell számolnunk, hiszen az emberek jelentős része nem tud alkalmazkodni a gyors változásokhoz. Félő, hogy a 21. század a depresszió korszaka lesz.

Az egészség felértékelődése remélhetőleg együtt jár majd az egészségtudatosság erősödésével, és így a gyógyítás mellett a prevenció is fontos szerepet kap. Ennek két fontos dimenziója jelent meg kutatásunkban: a testkultúra és a táplálkozás fontossága. A testkultúra, leegyszerűsítve a sportolás tekintetében nagyon megoszlanak a vélemények: a mozgásszegény életmód terjedése és a túlzott médiafogyasztás már a jelenben is a túlsúlyos, mozgáshiányos gyermekek arányának növekedéséhez vezetett. Ez a negatív tendencia tovább erősödhet a jövőben. Optimista vélemények szerint a sportolás népszerűsége az egészség előtérbe kerülésével nőni fog, főleg, ha az oktatásban is hangsúlyosabb szerepet kap a testnevelés és a testkultúra. A sportolás ráadásul nemcsak egészségünk megőrzéséhez, de a közösségi szellem erősödéséhez is hozzájárulhat, hiszen a szabadidősportok családok és kis közösségek számára is értelmes időtöltést jelentenek. A wellness- és gyógyközpontok népszerűsége a sport és a pihenés összekapcsolódását jelzi. A remények között

ezek további erősödése, s a „kreatív turizmus" megjelenése és kiteljesedése is szerepel. A táplálkozás szintén vitatott téma, hiszen egyszerre jellemző az egészségtelen „műételek", cukrozott élelmiszerek, üdítőitalok elterjedése és az „egészségbolond" biokultúrák térnyerése. Ebben a kérdésben a média pozitív szerepet vállalhat, és tovább erősítheti a tudatos táplálkozás elterjedését, illetve növelheti az informáltságot. Remélhetőleg a magyar étrend egészségesebbé válhat, közelíthet a mediterrán diétához, a maihoz képest több zöldséggel és gyümölccsel dúsítva. Ez a diéta azonban nemcsak egészséges, de nagyon költséges is, ezért a félelmek között kiemelt helyen szerepel, hogy egyesek majd nem engedhetik meg maguknak az egészséges életmódot. A hátrányos helyzetű csoportok több szempontból is veszélyeztetettek, hiszen az egészséges életmód divatossá válásával a sport és az egészséges táplálkozás is drágábbá válhat, és az egészség luxuscikk lehet.

Az egészség komplex értelmezése túlmutat testünk fizikai állapotán: a lelki egyensúly kialakítását is jelenti. A stresszes életmód, a megoldatlan problémák és konfliktusok halmozódása komoly problémák forrása lehet a jövőben: a társadalomban drasztikusan megnőhet a szenvedélybetegek száma, hiszen a különböző drogok az egyszerű és gyors megoldás látszatát kínálják. A depressziósok száma nő, a társadalomba beilleszkedni nem tudók tömegesen fordulhatnak a deviáns viselkedési formák felé. Ijesztő tendencia, hogy már a gyerekek között is egyre több a hiperaktív és/vagy viselkedési zavaros, ez egyaránt jelezheti a gyerekekre helyeződő nyomás növekedését és a felnőttek türelmetlenségét, empátiahiányát. A remények erre fókuszálnak, amikor a társadalmi elfogadás fontosságára és a devianciák kialakulásának megelőzésére hívják fel a figyelmet. A fiatalok felvilágosítása, a betegek korai ellátása, az életminőség növeléséhez hozzájáruló pszichiátriai ellátás és a betegek civil képviselete mind része ennek az elképzelésnek. A gyógyszerkutatás területén történő előrelépés hozzájárulhat egyes betegségek, például a skizofrénia kezeléséhez, akárcsak a mentális betegségekkel járó neurológiai tünetek, például az epilepsziás rohamok megelőző kezeléséhez. A közösségi szerepvállalás kulcsfontosságú a pozitív jövőkép megvalósításához, hiszen egyes betegségek esetén a közösség megtartó szeretete terápiás erejű. A betegek szűkebb közösségének, családjának együttműkö-

dése is elengedhetetlen a megfelelő gyógyszeres kezelés, illetve a megfelelő és a betegen is élhető környezet kialakításához.

A tradicionális gyógyítás mellett egyre nagyobb teret nyerő alternatív gyógyítás a legtöbb esetben fokozottan törődik a test és a lélek együttes kezelésével. Túllép a „vegyél be rá egy tablettát" megközelítésen, és komplexebb megközelítésben az egész embert vizsgálja. Ez a hozzáállás reményt keltő, hiszen klinikailag alátámasztott, hogy a lelki és testi betegségek sok esetben együtt járnak, vagy akár egymás okozói is lehetnek. Sajnos, egyelőre a tudományosan nem bizonyított eredményességű, de ügyesebben hirdetett alternatív módszerek kétes alkalmazásai is gyakoriak. Reményeink szerint 2025-ig „tisztul" egy kicsit a kép, és sikerül az alternatív és a komplex tradicionális orvoslást komplementer módon használni és gyakorolni.

A hátrányos helyzetű csoportok veszélyeztetettsége a fizikai és szellemi állapot tekintetében is kiemelkedő, közülük sokuknak erős kirekesztettséggel kell együtt élniük. Különösen nehéz a kisebbségek, főként a cigány etnikumhoz tartozók helyzete, hiszen ők több tekintetben is kimaradnak a társadalmi-gazdasági fejlődésből: az alacsony képzettség, a munkanélküliség és részben ezek eredőjéből adódó társadalmi elutasítás a jövőben a kisebbségi lét meghatározó eleme lehet. A roma kisebbség esetében nagy a veszélye egy „negatív spirál" kialakulásának: a hátrányos helyzetből adódóan az etnikum tagjai kirekesztődnek bizonyos társadalmi folyamatokból (például a virtuális közegben folyó közösségi tevékenységekből), ez pedig tovább fokozza elszigeteltségüket. A lemaradás tovább rontja például munkavállalási potenciáljukat, amely könnyen gazdasági lecsúszást idézhet elő. A szegénységgel küzdő romacsoportok így már nemcsak a kisebbségi létből közvetlenül származó hátrányokkal néznek szembe, hanem annak továbbgyűrűző hatásaival is. A reménytelen helyzet könnyen agressziót szül, tovább erősítve a többség elutasítását a csoport irányába. Reményre ad okot azonban, hogy mára már a többségi társadalom tagjai is felismerték, hogy ennek a helyzetnek a feloldása az altruizmuson túl saját érdekük is, hiszen az agresszió a társadalom egészét is veszélyezteti, illetve a társadalmi konfliktusok és a gazdasági nehézségek rontják az ország hatékonyságát és versenyképességét.

A társadalmi konfliktust tovább mélyítheti az „új" kisebbségek megjelenése, amely természetes velejárója az egyre erősödő migrációnak. A konfliktushelyzet élesedése társadalmi instabilitáshoz vezethet, ezt a jövőben csak a bevándorlókkal és a kisebbségekkel szembeni elfogadás és kooperáció oldhatja fel. Optimista elképzelések szerint a hazánkban élő nemzeti kisebbségek a kulturális identitás és a gyökerek megőrzése mellett konfliktusmentesen válhatnak a hazai közösség részévé. A kirekesztett csoportok kapcsán külön kell szólnunk egy speciális csoportról, a hajléktalanokról, akik nem történelmi-társadalmi okokból, hanem elsődlegesen gazdasági kényszerből kerültek kiszolgáltatott helyzetbe. Helyzetük jelenleg megoldatlan, ami félelmekre ad okot, hiszen miközben a csoport létszáma gyarapodik, az ellátó intézmények fejletlenek és nem képesek megbirkózni a problémával. Reményre csak az adhat okot, ha társadalmi és politikai szinten egyaránt felismerik a probléma fontosságát, és az alapellátás kialakításán túl felismerik a probléma mögött rejlő embert, s ennek megfelelően komplex programot valósítanak meg a jelenség átfogó kezelésére és a társadalomba visszavezető utak kialakítására.

A kisebbségek és a hajléktalanok problematikája nem teljes a bűnözés és bűnmegelőzés tárgyalása nélkül, hiszen ezek a csoportok hagyományosan túlreprezentáltak mind az elkövetők, mind az áldozatok között. A félelmek alapján tovább erősödik az ún. „megélhetési bűnözés", illetve új formák jelennek meg: egyre inkább elterjed az IT-bűnözés, a gazdasági bűnelkövetés (befektetési csalás, lakásmaffia), amelyek a korrupció további erősödésének is melegágyai. A közvetlenül érintett áldozatokon túl ezek a bűncselekmények veszélyeztetik a társadalom általános állapotát is: a bűnözés növekedése bizonyos környékek elslumosodásához vezethet (amikor a kicsit jobb gazdasági háttérrel bírók elmenekülnek egyes kerületekből), a korrupció csökkenti az államba vetett bizalmat és a jogkövetési hajlandóságot, míg a gazdasági bűnelkövetés a társadalmi megújulás fontos alapfeltételét, az egymásba vetett bizalmunkat ingatja meg. A problémák között itt is megjelenik a külső fenyegetettség: szélsőséges esetben a politikai terrorizmus és a nemzetközi bűnözés összefonódik a hazai bűnözéssel, szinte lehetetlen feladat elé állítva a magyar bűnüldözést. A remények között megfogalmazódó meg-

oldási javaslat a nemzetközi szervezetekkel való szorosabb együttműködés, amely a gazdasági bűnüldözés hatékonyságát is növelheti: a digitális bűncselekmény nem ismer határokat, így a bűnüldözés csak nemzetközi összefogásban lehet hatékony. Érdekes momentum a bűnüldözésben a civil szféra szerepének lehetséges növelése: a civil szervezetek egyrészt a prevenció megerősítésében vállalhatnak fontos szerepet (lásd polgárőrség), másrészt pedig önmagunk is kiszűrhetjük a bűncselekmények egy részét (például az adathalászat felismerése és elutasítása által). Prevenció tekintetében a társadalmi morál erősödése csökkentheti a bűnszövetkezetekhez való csatlakozásra hajlamos személyek számát.

A fentiekben felvázolt problémák közös jellemzője, hogy a remények oldalán megjelenő megoldási javaslatok civil tudatosságot és informáltságot feltételeznek. A technológia fejlődésével az információ ma már gyorsan és viszonylag olcsón elérhető, az elérés azonban nem jelenti az információ értelmezésének képességét. Az új – digitális vagy információs – társadalomba való beilleszkedés feltétele a személyre szabott, hatékony oktatás kialakítása. Az új eszközök az oktatásnak nemcsak a tartalmát, hanem a módszerét is forradalmasíthatják, hiszen új értelmet nyerhet a távoktatás. A hagyományos iskolarendszer mellett megerősödhetnek az alternatív tanulási formák is, mint például a mobil tanulás vagy a közösségi tanulás és tudásgenerálás. A korszerű technika segítségével a megújuló társadalomirányításban újfajta lehetőség nyílik az egyénnek és a közösségnek egyaránt előnyös ismeretek terjesztésére, továbbá kiterjedt nyilvános interaktivitásra és párhuzamos dialógusokra. Ez reményt ad az emberi személyiség kiegyensúlyozott, derűs és egyben kötelességtudó, felelős értékszemléletének, tartalmas életvitelének előmozdítására is. A remények megvalósulását veszélyezteti azonban az oktatási rendszer rugalmatlansága és az oktatók félelme az új kihívásoktól. Az elutasítás következményeképpen az újítások csak elszigetelten jelennek meg a rendszerben, ez pedig rontja az oktatás színvonalát, a pedagógusok megítélését és a társadalom képzettségének színvonalát is. Alternatívaként jelenhet meg az önálló tanulás vagy az otthoni tanulás elterjedése is, ám ez egyelőre még nagyon elszigetelt jelenség a társadalomban. Az otthoni tanulást választó családok általában elégedetlenek az oktatás minőségével és/vagy a hagyományos oktatási módszerekkel,

ezért a szülők saját kézbe veszik a gyerekek oktatását. A jelenség megítélése jelenleg nem egyértelmű, hiszen az otthon oktatott gyerekek fontos közösségi élményekből maradnak ki, továbbá a túlságosan egyéni tananyag és hozzáállás miatt kételyek merülnek fel az oktatás tematikájára vonatkozóan. Amerikai felmérések azonban azt mutatják, hogy az aktív szülői támogatás nagymértékben hozzájárul a gyerekek személyiségi és szakmai fejlődéséhez, így ezek a gyerekek sikeresebbek lesznek későbbi életük során.

Az oktatás megújítása szükséges, de nem elégséges feltétele a társadalmi megújulásnak: a megújulás forrása nemcsak az informáltság és a tárgyi tudás növekedése, hanem az alternatív gondolkodásmód kialakítása is. Ezt az új szellemiséget nagyon nehéz „megfogni", leginkább a kreativitás és a komplex szemlélet felől lehet megközelíteni. A kreativitás jelentőségét a jövő formálásában térségfejlesztő kollegánk és művész kutatótársunk is vallja. A komplex szemléletmód, a kreativitás közös alkotóműhelyben bontakozhat ki igazán, ahol a művészet az egymástól eltérő kultúrák, vallások, szellemiségek és stílusok között kreatívan átívelő hidat képez. A közösség erejével, az egyes emberek tudásának szinergiájával lehet összekötni az archaikust a modernnel, a művészetet a sporttal, a múltat a jelennel és a jelent a jövővel. Ez a közösségi cselekvés aktív részvételt igényel, ami az egyes emberek számára komoly energia-befektetést jelent: a passzív szórakozás (például tévénézés) helyett aktívnak kell lenni, közösségekbe kell menni, ott másokra és saját magára is figyelni. A munka ahelyett, hogy élesen elválna a magánszférától, sokkal jobban egybe fog folyni azzal. Vagyis az emberek a fent említett kreatív közösségi élményt egy munkahelyi közösségben fogják átélni és megvalósítani. Ez a fajta munkavégzés új vezetési és szervezeti kultúrát igényel, amely kiterjedt problémamegoldó és kommunikációs képességeket feltételez.

Az oktatás megújítása tehát mindenképpen kívánatos, azonban ne feledkezzünk meg a veszélyeiről sem. A jelenlegi tendenciák alapján ugyanis nem egyértelmű, hogy a jövőben Magyarországon minden társadalmi csoportnak egyenlő esélye lesz az IT-hálózatok elérésére és használatára: egyrészt nem egyenletes az infrastruktúra kiépítése, másrészt az elérés még mindig költséges, harmadrészt a használathoz olyan

tudás szükséges, amely nem áll mindenki rendelkezésére. A kor, az iskolai végzettség és a területi elhelyezkedés három olyan változó, amelyek mentén a félelmek szerint tovább mélyülhet a digitális szakadék, tovább erősítve a lemaradók kilátástalan helyzetét. Reményre ad okot, hogy a társadalom viszonylag korán felismerte ezt a problémát, és már a jelenben is megjelentek olyan kezdeményezések, amelyek a társadalom digitális kettészakadásának enyhítését és a társadalmi összhang megteremtését célozzák. A kezdeményezések megerősödése hatékony eszköze is lehet a leszakadó rétegek integrálásának.

A digitális szakadék áthidalása nemcsak oktatási szempontból fontos, hiszen a digitalizáció több területen is meghatározóvá válik. A társadalom minden tagja számára releváns kérdés például az e-közigazgatás kiépülése és térnyerése, amely reményeink szerint hozzájárul az államigazgatás gyors, hatékony és költségkímélő működéséhez, a lakossági ügyek gördülékeny intézéséhez és a vállalkozások versenyképességének növeléséhez is. A millenniumi generáció már a „digitális bennszülöttek világa", akik otthonosan mozognak az e-világban és kihasználják annak előnyeit. A virtuális világ napjainkban is meghatározó része a fiatalok életének, és várhatóan a jövőben ez még inkább jellemző lesz. A közösségépítő portálok sikere és a fájlmegosztó rendszerek felhasználóinak exponenciális növekedése abba az irányba mutat, hogy a virtuális és a fizikai terek egymás mellett fognak létezni. A virtuális jelenségekkel szemben még mindig tartja magát az a széles körben elterjedt félelem, miszerint a digitális kapcsolattartás tovább erősíti a társadalom individualizálódását és az elidegenedés folyamatát. A reménykedők ezzel szemben az új közösségek felépítésének lehetőségeit és a kommunikáció megkönnyítésével és gyorsításával a szorosabb emberi kötelékek kialakítását emlegetik. A virtuális világ jellemzőinek előrejelzése nagyon bizonytalan, ebben a kiszámíthatatlan emberi tényező – a felhasználó – a döntő: a mesterséges intelligencia fejlődésével növekvő számban jelen levő virtuális identitások (amelyekhez nem rendelhető egyértelmű „gazda", azaz felhasználó) például virtuális barátnak is tekinthetőek, vagy rendkívül okos sakkellenfélnek, illetve az emberi kreativitás kivételes termékeinek. Egy dologban azonban szinte minden szakértő egyetért: a digitalizáció, a virtuális tér és az e-alkalmazások terjedése tovább erősítik a digitális szaka-

dék okozta félelmet, hiszen a magyar lakosság egy része (főleg az alulképzettek és a kisebbségi csoportokhoz tartozók) nem tudja kihasználni az új lehetőségeket, így még inkább a társadalom perifériájára szorul.

A szegénység, a társadalom perifériájára való szorulás egészségügyi problémákkal is együtt jár: az egészségügyi finanszírozás várhatóan nem tud lépést tartani a védőoltások fejlődésével, így egyre növekvő számban lesznek jelen a fizetős szolgáltatások a rendszerben. Az egészségmegőrző életmód is drága: a sportszerek és az egészséges élelmiszerek könnyen luxuscikké válhatnak. Az átmeneti problémák – például az átmeneti munkanélküliség – ebben a negatív spirálban könnyen lecsúszáshoz vezethetnek, amelynek csak egy közösségi háló képezhet gátat. A támogató intézményrendszer – mint például az átképzési programok finanszírozása – fontos kapaszkodó, azonban igazi megtartó erővel csak a kisközösségek bírnak: azok az iskolák, amelyek egy-két tanuló számára ösztöndíjat biztosítanak, azok a falvak, amelyek új munkahelyek teremtéséhez pénzt pályáznak és azok a családok, amelyek támogatóak.

A szakértői vélemények világosan tükrözik az egyének és a kisközösségek felelősségét, hiszen minden változás társadalmi keretben jelenik meg. A szakértők által megfogalmazott félelmek egy része így az „egyéni félelmektől való félelem", vagyis az, hogy a társadalom nem fogadja be az újításokat, ellenzi azok alkalmazását, és így nem használja ki az innovációban rejlő potenciált, visszavetve ezzel a fejlődést. Láthatjuk azt is, hogy a szakértők többsége kritikus kérdésként kezeli az egyének közösségbe való rendeződését: bizonyos gazdasági-társadalmi folyamatok (mint például a globalizáció) a társadalom számára negatív tartalmakat is hordoznak (elszegényedés, digitális kiszolgáltatottság), amelyeket csak közösségi összefogással lehet ellensúlyozni. A leszakadó egyéneket csak a közösség ereje képes megtartani. A megfogalmazott *remények ennek a közös felelősségnek a felismerését tükrözik*: ha az egyének túl tudnak lépni saját kis világukon, akkor felismerhetik *a közösség jövőformáló erejét*. A lentről felfelé építkezés lehet az igazi újdonság, amelyet a rendszerszintű feltételek csak támogatni vagy ösztönözni (rosszabb esetben hátráltatni) tudnak.

Az egyén, illetve a különböző közösségekbe szerveződő egyén tehát *kulcsszereplő*, az azonban még kérdéses, hogy ő ezt mennyire ismeri fel.

Mennyire vannak tudatában az emberek saját jövőformáló erejüknek? Hogyan képzelik jövőjüket, mitől félnek és miben reménykednek? Az egyéni vélemények és attitűdök egy-egy kritikus folyamat kimenetelét is eldönthetik. Kutatásunk következő lépcsőjében ezért az egyéni nem szakértői jövővárakozásokat térképeztük fel.

Nem-szakértői vélemények

A nem szakértői megkérdezésekkel arra kerestünk választ, hogy a jövő generációja – elsősorban a felnőttkor küszöbén lévők, azaz a pályaválasztás előtt álló középiskolások, továbbá a szakmai és személyes életpályájukat tervező felsőoktatásban tanulók – hogyan fog viszonyulni a világhoz: miként szeretnének élni, milyen körülmények között, milyen családi kötelékben, hol, milyen munkát végeznének, és hogyan viszonyulnak a társadalmi és a környezeti problémákhoz.

A középiskolások válaszai alapvetően olyan generációt mutatnak, amely tisztában van a lehetőségeivel, de kényelemből nem mindig él azokkal, illetve azokat inkább csak saját boldogulása céljából, nem pedig az értékmegóvás és a globális fejlődés érdekében használná ki. Ezért nem hibáztathatjuk őket, de tisztában kell lennünk azzal, hogy ez olyan jövők kialakulását vetíti előre, amelyek kevésbé tudatos és felelősségteljes társadalmon alapulnak, inkább a fogyasztó és önző egyének sokaságán.

A középiskolások 79%-a, a felsőoktatási hallgatók 91%-a biztos abban, hogy szeretne családot alapítani az élete során, és mindössze 3, illetve 2%-uk utasítja el teljesen a családalapítás gondolatát. A nők egyértelműen hamarabb szeretnének családot, mint a férfiak. Az egyetemisták szerint a család központi szerepet játszik majd 2025-ben: többgenerációs nagycsaládok, zöldövezetben, nyugodt körülmények között élnek, de a karriert sem feledik, amely a család jólétét biztosítja. Biztosra veszik az öregedő társadalom problémájából adódó negatív következményeket, miszerint az idősek eltartása komoly társadalmi probléma lesz majd. *Már most félnek a stressz következményeként fellépő egészségkárosodástól.* Ennek az lehet az oka, hogy már most feszített az élettempójuk, és nem remélik ennek mérséklődését. A középiskolások körében végzett felmérések szerint a testmozgás elsősorban nem családi tevékenység. Ez

arra utal, hogy a testmozgás kevésbé fog beépülni a fiatalok hétköznapjaiba – hacsak nem lesz az iskolákban igen erős az ilyen irányú nevelés, aminek fontosságát az is erősíti, hogy a jövőbeni fiatalok várhatóan kevésbé lesznek egészségesek, mint a mostaniak.

A középiskolások között lényegesen magasabb azok aránya, akik *külföldön szeretnének élni*, mint a felsőoktatási hallgatók körében. A középiskolások közül a fővárosiak fele maradna csak Budapesten, a nagyvárosokban lakók kétharmada szintén nem menne Budapestre, de kisközségbe sem, viszont a falun lakók többsége nagyobb településre költözne, vagy bizonytalan a kérdésben. Mondhatjuk tehát, hogy a legkisebb megtartó ereje a községnek van. A legtöbben családi házban szeretnének lakni, néhányan belvárosi lakásban, társasházban vagy tanyán. Alig van, aki panellakásban szeretne élni. A külföldön tanulást 2025-ig többen tartják valószínűnek, mint akik ezt nem, és a középiskolások majdnem fele szeretné nagyon, hogy ez bekövetkezzen. A lakóhely változtatását az élet menetének megfelelően inkább kevésbé szeretnék, és kicsit kevesebben valószínűsítik ezt, mint akik nem tartják azt esélyesnek, hogy költöznek, például a munkájuk miatt. A nyelvtudás fontos célként szerepel, de elsősorban az angolt és más, ma népszerű nyelveket jelöltek meg a válaszolók, tehát nem nagyon gondolkodnak a nyelvek népszerűségének megváltozásában. Szomszédjaink nyelveit nem is említették. A középiskolások közül sokan valószínűsítik, és még többen szeretnék, hogy *2025-re több szakmát és diplomát szerezzenek*. Ezek szerint *már nem újdonság számukra a több lábon állás*: nem csak lineárisan gondolkodnak, hanem tisztában vannak azzal is, hogy nekik is kell tenni a változásokért, és alkalmazkodniuk kell a körülményekhez.

A középiskolások 92%-a, a felsőoktatási hallgatóknak 96%-a szeretne munkát vállalni 2025-ig, továbbá mindkét csoportban 2–2% azok aránya, akik nem szeretnének dolgozni – a többiek bizonytalanok. A középiskolások munkával kapcsolatos válaszai alapján azt a képet látjuk, hogy bár *a robotizált munkákat valószínűsítik, ezt kevéssé szeretnék. Ezzel szemben a háztartási munka automatizációját jobban szeretnék, mint amennyire azt valószínűnek tartják*. Azt a következtetést vonjuk le, hogy bár a jövendő munkahelyüket féltik a robotoktól, a kötelező felada-

tokat – mint például a házimunka – szeretnék redukálni, minél kevesebb fáradságos ráfordítással elvégezni. A négynapos munkahetet sokan szeretnék, hogy bekövetkezzen, de kevésbé valószínűsítik. Ez azt jelzi, hogy *a munkára nem úgy gondolnak elsősorban, mint az a tevékenység, amelyet a társadalom tagjaként elvégeznek, közben szellemileg fejlődnek, és szeretik azt, hanem úgy tekintenek rá, mint egy szükséges rossz, ami az élet velejárója.* Ha kevésbé vagyunk kritikusak, akkor azt a következtetést vonjuk le, hogy szeretnének olyan intenzív aktivitást végezni, amely négy nap alatt hatékonyabb, mint öt nap alatt, és a társadalmi-gazdasági berendezkedésre is olyan irányt várnak, amelyben a munkaidő rövidül. Valószínű, hogy inkább arról van szó, hogy a munka mai megítélése nem egészséges, és ezért szeretnék, hogy az kevesebb időt vegyen el az életükből. Ráadásul sokan valószínűsítik a rendszeres külföldön töltött pihenést, és háromnegyedük nagyon szeretné, hogy ez valósággá is váljon. Arra vágynak tehát, hogy kevesebb munkával sokkal többet fogyaszthassanak, amely természetes a mai társadalmunkban, viszont a jelenlegi berendezkedés és folyamatok mellett teljesen irreális. Tenni kell azért, hogy ez átértékelődjön bennük.

Az iskolai helyett az otthoni internetes tanulás, az internetes közösséghez és az érdeklődési körnek vagy szakmának megfelelő csoporthoz való tartozás, a férfiak által használt fogamzásgátló tabletta, a más etnikumú emberek befogadása a személyes környezetbe, a többféle vallás/hitvilág megismerése *megosztja a középiskolásokat*. Társadalmon belüli feszültséghez vezethetnek, ha ezek a kérdések felerősödnek az életükben, mert ezek közös jellemzője, hogy jelentős hatással vannak a hagyományos társadalmi szokásokra. A használati tárgyak beszéddel való irányítását, a háztartási munka automatizálását, az alternatív gyógymódok gyors elterjedését, a hivatali ügyek virtuális intézését, valamint több külföldi barátot azonos mértékben valószínűsítenek és szeretnének, a bankjegyek és pénzérmék teljes bevonását azonosan nem szeretnék, és nem is valószínűsítik. Ezekről azt gondoljuk, hogy mivel nagyjából azonos a valószínűség és az érzelmi viszonyulás, ezért később az esetleges bekövetkezés vagy be nem következés nem okoz majd nagy feszültséget. A válaszok önmagukban nem jeleznek sem reményt, sem félelmet, csak maga a semleges viszonyulás adhat okot reményre vagy félelemre, va-

gyis hogy nem okoznak belső feszültséget, de nem is látunk törekvést a fiatalok körében ezek befolyásolására.

A középiskolások közül a születendő gyermek nemének meghatározását, az azonos nemű párok házasságát és örökbefogadását sokan teljesen elutasítják, de valószínűnek tartják, hogy bekövetkezik. A hagyományos élelmiszerek kiszorulása a génkezelt termékek által valószínűnek tűnik a középiskolások számára, többségük azonban mégis teljesen elutasítja ezt. Ugyanez elmondható arról a kérdésről is, hogy az állam a mostaninál több személyes adatot tárolna. *A legtöbben biztosra veszik, de emellett teljesen elutasítják az egészségügy és az oktatás „fizetőssé" válását.* Ezek a válaszok azt jelzik, hogy kevésbé toleránsak olyan kérdésekben, amelyek bizonytalan jövőt, kimenetelt hordoznak, és kevés az információ róla. Ez mindenképpen kritikus és kissé szkeptikus generációt mutat, amelynek fontos a személyes szabadság és a hagyományok, a hagyományos megoldások tisztelete, mindemellett tájékozatlanok és kevés információ alapján ítélnek. Reméljük, hogy tájékozatlanságuk mérséklődni fog, és tájékozottságuk növekedésével bölcsebben tudnak majd ítélkezni.

A középiskolások egy része sokkal jobban szeretné, mint azt várja, hogy a betegségek génterápiával és nanotechnológiával gyógyíthatóak legyenek. Érdekes, hogy a kettő közül a középiskolások inkább a génterápiát részesítik előnyben. Elképzelhető, hogy a nanorobottal való gyógyításra vonatkozó kérdést azért utasították el, mert nem általánosságban, hanem a válaszolóra vonatkozóan kérdeztük, és *a személyes szférába nehezebben „engedik be" az újdonságokat*. Az egyetemisták másik csoportja szerint az energiagazdálkodás, az éghajlatkutatás, az orvostudomány, a bio- és nanotechnológia nagy hatással lesz az emberek jövőjére, de például az infokommunikációs technológia nem frekventált, amely pedig megalapozója lehetne az új technológiák elterjedésének és használatának. Ahogy a társadalom egészét, úgy a középiskolásokat is megosztja az eutanázia kérdése. A lakóhely nagyságával növekszik az eutanázia jövőbeli lehetőségének elfogadása, vagy legalábbis a közömbösség, tehát a nagyvárosokban jobban elfogadott. Egy másik, szintén legalizálást érintő és mostanság nagy társadalmi vitákat kavaró kérdés a könnyűdrogok liberalizációja. Bár a nagy átlag erősen elutasító, ez a kér-

dés egy jól körülhatárolható csoport preferenciáját elnyerte. A droglibe-ralizáció egy másik preferenciával függ össze, mégpedig a dohányzással: aki valószínűnek tartja, hogy a jövőben dohányozni fog, az a könnyű drogok legalizálása mellett áll ki.

Kevésbé szeretnék, mint azt várják, hogy az internetes kereskedelem kiszorítsa a hagyományos kereskedelmet, hogy Magyarország a nyugat-európai országokhoz hasonlóan kívánatos célpontja legyen a külföldi bevándorlóknak, hogy a hivatalos ügyeket európai uniós hivatalokban intézzük, vagy azt, hogy megépüljön egy második atomerőmű Magyarországon. A középiskolások fele közömbös azzal kapcsolatban, hogy az európai parlamenti választás fontosabb esemény legyen-e, mint a hazai országgyűlési. A felsőoktatási hallgatók már határozottabbak, mert ők inkább azt preferálnák, ha ez nem következne be, és ezt valószínűnek is tartják. Mind a két csoport egybehangzó véleménnyel van arról, hogy nem nagyon szeretnék, hogy csak két párt közül választhassunk Magyarországon 2025-ben, és ennek megfelelően sokuk szeretné, ha új pártok alakulnának addig. A felsőoktatási hallgatók zöme azt gondolja, hogy nem követne el törvénysértést (adócsalás, sikkasztás, korrupció), azt kivéve, hogy *közülük minden második töltene le jogvédett anyagokat*, illetve gondolja, hogy időnként hazudni fog.

A feltett, jövőre vonatkozó *kérdések közül sok olyan volt, amelyben egyértelműen a negatív jövőalternatívát tartották valószínűbbnek*: több árvíz, betegség és katasztrófa. Ez magyarázható a hiányos információ gyors áramlásával, ahol a nagy többségnek nincs ideje a hír végére járni, és csak a szenzációhajhász szalagcímeket jegyzik meg. Nem értékelik a bekövetkezés valószínűségét, csak a negatív üzenet marad meg. Sokan közömbösek aziránt is, hogy az éghajlatváltozás miatt mediterrán típusú növényeket termesztünk-e Magyarországon 2025-ben, vagy sem. Félelmekkel teli realitás jellemzi a felsőoktatás hallgatóit az események bekövetkezésének valószínűsítésében, hiszen valószínűnek tartják *a társadalmi olló szétnyílását*, a lakosság számának drasztikus csökkenését 8 millióra és a nagy, több áldozatot követelő árvíz lehetőségét. A terrorizmust is jelentős problémának prognosztizálják a jövőben, továbbá új gyógyíthatatlan betegségek megjelenésével számolnak. Egyetlen pozitívumként a gyorsabb közlekedést gondolták lehetséges-

nek. Viszont azt nem gondolják, hogy 2025-re az ivóvíz értékesebb lehetne az olajnál.

Fontos megjegyeznünk, hogy a középiskolásoktól az ökotermékek termelésére és az eutanázia legalizálására vonatkozó kérdésekre *a többihez képest kevés válasz* érkezett. Ez azt jelzi, hogy vagy nem tudják, hogy mit jelentenek pontosan ezek a kifejezések, vagy ha tudják, akkor sem viszonyulnak hozzájuk pozitívan vagy negatívan, mert nincs véleményük, nem esik bele a fókuszukba, és ezért nem is jelöltek meg semmit. Ez mindkét esetben tanulságos, ugyanis fontos és a jövő sokat vitatott témái ezek, amelyekről többet kellene hallaniuk, és kellene, hogy legyen véleményük is a témában. Ezért különösen meglepő, hogy a legtöbben a génterápiás gyógyítással kapcsolatban nyilvánítottak véleményt. Érdekes és tendenciaszerű, hogy azok, akiknek a jelenlegi állapot éppen elég megfelelő, azok a technikai fejlődést és a bürokrácia egyszerűsödését sem kívánják. A változást remélők mindig pozitív irányban lógtak ki, nem volt olyan változás, amelyet ne tartottak volna valószínűbbnek az átlagnál. Hasonló a helyzet azokkal is, akik félnek a jövőtől. Ez arra enged következtetni, hogy az érzelmi töltet – és nem annak pozitív vagy negatív iránya – befolyásolja a jövőképüket.

Általánosan elmondható a középiskolásokról, hogy *a változást kedvelők inkább hedonisztikus életvitelt folytatnak, míg az azt elutasítók inkább otthonülők és nincs semmiféle szenvedélyük*. A változást elfogadók és az azt elutasítók közötti különbség a szabályok megítélésében van. Az előbbiek inkább elfogadják a szabályokat, míg az utóbbiak, ha lehet, inkább kibújnak azok alól. Az egyetlen releváns társadalmi mutató, amely ebben az esetben hatást gyakorolhat, az a jövedelem, mert *azok utasítják el inkább a változást, akik rosszabb jövedelmi helyzetben vannak*. A változást elutasítók kisebb arányban mennének külföldre dolgozni, illetve inkább itthon alakítanák ki egzisztenciájukat, ellentétben a változást kedvelőkkel vagy az azt elfogadókkal. A változást kedvelők inkább a fővárosban szeretnének élni, az elutasítók nagy százaléka még nem tudott dönteni ebben a kérdésben. Az elutasítók jellemzően a bizonytalan kategóriában felülreprezentáltak, illetve jellemző még rájuk, hogy nagyobb arányban gondolják azt, hogy a lakosság életminősége a jövőben romlani fog. Bár a feltárt kapcsolat gyenge, a fővárosban jellemzően olyanok élnek,

akik céltalanok. A sorshívők, akik úgy vélik, hogy a sorsuk előre megírt, és ezért ők nem tesznek semmit jövőjük érdekében, főként falun laknak.

Láthatjuk, hogy *a jövőt meghatározó generációhoz tartozó fiataloknak érzékelhetően már most igen sok olyan félelme (és reménye) van, amelyek a későbbiekben meghatározóak lehetnek.*

Alternatív forgatókönyvek és komplex jövőalternatívák

Az alternatív forgatókönyveket a magyar fiatalok eltérő jövőattitűdjei alapozzák meg. A hazai középiskolások és egyetemisták-főiskolások – mint a millenniumi generáció reprezentatív képviselői – nem gondolkodnak egységesen a jövőről, de csoport szintjén (a középiskolások körében: racionálisak, nyitottak, jó gyerekek, tudatosak, kallódók, rettegők és céltalanok csoportjai, az egyetemisták és főiskolások körében: életvezető-mérnökök, kincstári optimisták, céltudatosan simulékonyak, vészmadarak és kallódók csoportjai), megjelennek a jellemző jövőattitűdjeik. A csoportok reményei és félelmei, világképük, és a jövőért végzett vagy tervezett tevékenységeik jellemzőek az egyes csoportokra, de különbözőek a csoportok között. A csoportok eltérő vélekedése *forgatókönyvekbe (szcenáriókba)* rendezhető.

Fiataljaink leginkább az értékekben különböznek egymástól és abban, hogy a cselekedeteik a társadalom fejlődését segítik, vagy a hanyatlását készítik elő. A magyar fiatalok *gondolkodásában megjelenő értékbeli eltérések* különösen a közösségi és az egyéni értékek mentén jelennek meg (vannak például olyanok, akik segíteni próbálnak a társadalom elesett tagjain, míg mások csak a saját jövőjükkel törődnek). A *fiatalok* jövőért végzett/végzendő *cselekedeteiben* pedig a *társadalmi haladás/fejlődés és a stagnálás/hanyatlás mentén* fedeztünk fel különbségeket (vannak olyan fiatalok, akiknek tevékenysége vagy tervezett tevékenysége az egész ország fejlődését előreviszi, mások közömbösek ez iránt, és cselekedeteik csak önmaguk vagy csak a családjuk gazdagodását és előrehaladását segítik elő). *Szcenárióváltozókként,* azaz a szcenáriók koordinátáiként *ezért ezt a két, kritikusan instabil tényezőt – az értékeket és a társadalmi fejlődést – választottuk.* E két szcenárióváltozó mentén négy stratégiaformáló jelentőségű alternatív forgatókönyvet határoztunk meg hazánkra 2025-re (*1. ábra*).

Közösségi értékek

4. forgatókönyv: *Együtt sodródunk és dagonyázunk* **Stagnálás/hanyatlás**	1. forgatókönyv: *Egyén a közösség hálójában* **Növekedés/Fejlődés**
3. forgatókönyv: *Magunkra hagytak, magunkra maradtunk*	2. forgatókönyv: *Individualisták társadalma*

Egyéni értékek

1. ábra. Alternatív forgatókönyvek

A közösségi értékek és a haladásra, fejlődésre törekvés jellemzi a középiskolások közül a „nyitottak"-at, a „racionálisak"-at és a „jó gyerekek"-et, az egyetemista/főiskolás vizsgáltjaink közül az „élettervező-mérnökök"-et és a „kincstári optimisták"-at. A középiskolások körében ez a három csoport a válaszadók közel felét (46%-át), az egyetemista/főiskolás vizsgáltjaink között a minta 40%-át adják. Elsősorban őrájuk alapozva történhetnek majd jelentősebb pozitív változások, azaz 2025 körül olyan Magyarország alakulhat ki, amelyben *az ő értékrendjük lehet meghatározó*, feltéve, hogy nagy változást okozó külső körülmények nem teszik ezt lehetetlenné. Az egyik lehetséges forgatókönyvben ezért 2025-re dominálhatnak a közösségi értékek és a haladás/fejlődés. Ezt írjuk le az *1., azaz az „Egyén a közösség hálójában" megnevezésű forgatókönyvben.*

A válaszadó fiatalok 23–25%-ánál (a középiskolásoknál a „tudatosak", az egyetemisták/főiskolásoknál a „céltudatosan simulékonyak" körében) kifejezetten megjelenik az *individualista gondolkodás,* azaz dominálnak az egyéni értékek és érdekek. Az így gondolkodó fiatalok – minthogy dolgozni szeretnek – olyan gazdagodást és előrehaladást idézhetnek elő az egyének szintjén, amely megjelenhet a társadalom egészé-

nek fejlődésében is. Ha ez a szemlélet és az ehhez társuló cselekvés dominánssá válik, akkor az így gondolkodó fiatalok önző, de a közösség fejlődése szempontjából többé-kevésbé pozitív irányba mutató társadalmat alkothatnak. Ilyet írt le a *2. forgatókönyv, az „Individualisták társadalma”.*

A fiatalok nem elhanyagolható százaléka retteg a jövőtől, más része nem találja a helyét. Dacosan kallódó „rettegőket” és „kallódókat” a mai 18 évesek között együttesen 15%-ban találunk, a felsőfokú képzésben résztvevők között 21%-ot tesznek ki a „vészmadarak” és 14%-et a „kallódók”. Félelmüket és sajátos reakciójukat az adott helyzetre fokozhatja a multinacionális vállalkozások erőteljes gazdasági uralma. Ilyen helyzetben a magyar közösségek nem jutnak jelentős szerephez, nem lesz lehetőségük és/vagy erejük a magyarság érdekeinek jelentős mértékű figyelembevételére. A körülmények miatt lehetséges, hogy ők kerülnek többségbe, és megvalósítják a *3. forgatókönyvet,* amelyben az egyéni félelmek a társadalom hanyatlását, jobb esetben stagnálását idézik elő. Ebben a társadalomban az egyének érzése: „*Magunkra hagytak, magunkra maradtunk*”.

A vizsgált középiskolások közel egyötöde (16%-a) – a „céltalanok” – *közönyös közösségi játékokba, felelőtlen „dagonyázásba” merül.* Nem tarthatjuk kizártnak, hogy az egész világ állapota olyan mértékben romlik, hogy a magyar lakosság körében is elterjed ez a gondolkodás és „tevékenység”. A többség nem fogja értelmét látni annak, hogy igyekezzen sorsát jóra alakítani, de még annak sem, hogy rettegjen, vagy dacoskodjon. Örömmel tapasztaltuk, hogy a vizsgált egyetemisták és főiskolások körében „céltalanokat” nem találtunk. A *4. forgatókönyvben* azt fogalmaztuk meg, hogy milyennek írható le az a Magyarország, amelyben a többség sodródó és felelőtlenül semmittevő, azaz milyen az „*Együtt sodródunk és dagonyázunk*” társadalma.

Attól függően, hogy a magyar társadalomban a fiatalok mely csoportjai lesznek a meghatározóak, más-más forgatókönyv jellemzői erősödhetnek fel. Ezzel más-más terepet készítenek elő a szakértői remények és félelmek megvalósulásának, és így más lesz a szakértői előrejelzések és a nem szakértői vélekedések kölcsönkapcsolata is. Az alternatív forgatókönyvek a rájuk vonatkoztatott, „beléjük helyezett” szakértői

reményekkel és félelmekkel együtt alkotják a különböző jövőalternatívákat (*2. ábra*).

Közösségi értékek

4. jövőalternatíva: *Közösen is okosan kell cselekedni* **Stagnálás/hanyatlás**	1. jövőalternatíva: *Reményekkel előre* **Növekedés/Fejlődés**
3. jövőalternatíva: *A félelem nem visz előre*	2. jövőalternatíva: *Nem jut mindenkinek*

Egyéni értékek

2. ábra. Jövőalternatívák

Az 1. forgatókönyv kibontakozása esetén nagy az esélye annak, hogy a szakértők számos reménye megvalósulhat. Várhatóan lassul a népességszám csökkenési üteme, létrejön a társadalmi összhang, hazánkban társadalmi egyensúly uralkodik. Széles körben elfogadják a kisebbségeket, és kooperációt építenek ki velük. Megelőzhetővé válik a deviáns viselkedés kialakulása. Létrejönnek a kisközösségek szabadidejének kulturált eltöltésére alkalmas színterek (közösségteremtés), és a döntésekhez megtalálják a megfelelő faktorokat. Erősödik a környezettudatosság, mérséklődnek a differenciák, és fokozatosan közeledni fogunk az Európai Unióban átlagos színvonalhoz és normákhoz. *Az 1. jövőalternatíva* ezért a *„Reményekkel előre”* megnevezést viselheti.

A 2. forgatókönyv a remények és a félelmek megvalósulásának egyaránt *terepet ad.* Ebben a jövőalternatívában tovább folytatódik a társadalom kettészakadása, erősödik a társadalmi egyenlőtlenség. A népességszám növekedése éppúgy bizonytalan, mint az egészséges életmód elterjedése. Bizonytalan, hogy javul-e a természeti környezet állapota, és nincsenek eszközeink a globalizáció hátrányainak kivédésére sem.

Amennyiben az individualisták felismerik, hogy gondolkodásukon és cselekedeteiken változtatni kell, akkor ez a komplex jövőalternatíva az egész társadalom előrehaladását is szolgálhatja. Mindaddig, amíg ez nem következik be, a *2. jövőalternatíva* a *„Nem jut mindenkinek”* elnevezéssel illethető.

A 3. forgatókönyv kibontakozásakor elsősorban a szakértők félelmei következhetnek be. Tovább csökken a népességszám, tovább romlik a lakosság egészségi állapota, mozgásszegény szokások terjednek el. Nőnek a társadalmi különbségek, veszélyeztetve a társadalmi stabilitást. Tovább romlik a természeti környezet állapota, elvesznek a kulturális szokások és értékek. Megszűnik az Európai Unió jellemzőinek és gazdasági színvonalának elérésére való törekvés, lelassul az EU-átlaghoz való közeledésünk. Mélyülnek a társadalmi szakadékok, a természeti környezetünket mind jobban kizsákmányoljuk, és általánossá válik a globalizációtól való félelem. *A 3. jövőalternatíva „A félelem nem visz előre”* megnevezést viselheti.

A 4. forgatókönyvre épülő 4. jövőalternatíva a „Közösen is okosan kell cselekedni” fantázianévvel jellemezhető, mert jól mutatja, hogy a közösségi erő csak ésszerű, a valóságra építő gondolkodással és cselekedetekkel hozhat egyéni és társadalmi eredményeket.

Komplex jövőalternatívák és stratégiák

Az így kidolgozott alternatív forgatókönyvek és jövőalternatívák megalapozhatják hazánk komplex stratégiáját is, mert expliciten megfogalmazzák a szakértői és nem szakértői reményeket és félelmeket, egymásba építik és „szembesítik” a szakértői előrejelzéseket és a nem szakértői véleményeket, továbbá figyelemmel kísérik azok alakulását egy-egy jövőalternatíva megvalósulása során. A jövőlehetőségek és a jövővárakozások egymásra vonatkoztatása biztosítja, hogy ne ragadjunk bele túlzottan a jelen realitásaiba, de ne is szálljunk el a vágyak és a fantázia birodalmába. Az így képzett jövőalternatívák kellően képzeletgazdagok, ugyanakkor megvalósíthatóak.

A megfelelő stratégia kimunkálása szintén közös feladat, ami új szemléletet és a jelenlegit meghaladó cselekvő erőt feltételez. Hisszük – és az előzőek bizonyították – hogy ennek megvannak a jelei hazánkban,

és *összefogással hazánk csodákra is képes*. Társadalmunk és gazdaságunk – *tudatos társadalmi összefogással és felelős cselekvéssel – megvalósítható,* kedvező pályára vezérelhető. Ebben meghatározó szerepe van a családnak és az oktatásnak.

Felhasznált irodalom

1. „Globális problémák tegnaptól holnapig" VI. Magyar (Jubileumi) Jövőkutatási Konferencia, Konferenciakötet (szerk. Kristóf Tamás, Tóth Attiláné) Arisztotelész Stúdium Bt., Budapest, 2006. 343 old.

2. Magyarország 2025 (kutatásvezető és alkotó szerkesztő: Nováky Erzsébet), 1. és 2. kötet. Gazdasági és Szociális Tanács, Budapest, 2010. 560 old.

3. Nováky, Erzsébet: Alternative scenarios for Hungary for the year 2025. *Society and Economy*, 32 (2010) 47-64

4. Nováky, Erzsébet – Várnagy, Réka: Discovering our futures – a Hungarian example. *Futures*, 2010. megjelenés alatt

Gazdasági etnocentrizmus, etnikai fogyasztás az erdélyi magyarok körében

CSATA ZSOMBOR[1] – DEÁK ATTILA[2]

Az elmúlt évtizedek gazdaságszociológiai szakirodalmának egyik népszerű témája a különböző etnikai csoportokon belüli gazdasági kooperáció mechanizmusainak feltárása, vagyis az etnicitás és a gazdasági magatartás kapcsolata volt. Ennek ellenére a téma hazai kutatása szegényesnek mondható. A tanulmány az erdélyi magyarok gazdasági magatartásának néhány etnikai vonatkozását mutatja be egy kérdőíves kutatás adatai alapján. A szerzők arra keresik a választ, hogy létezik-e, és ha igen milyen mértékű a gazdasági etnocentrizmus a romániai magyarok körében, milyen piacokon és tranzakciós helyzetekben van jelen, mely társadalmi csoportok esetében jellemző leginkább. Az eredmények azt mutatják, hogy a gazdasági etnocentrizmus egy létező jelenség az erdélyi magyarok körében, és leginkább a többségi etnikummal szembeni bizalom hiányával, a románokkal való kapcsolatok intenzitásával és a lakhely etnikai összetételével hozható kapcsolatba.

Kulcsszavak: gazdasági etnocentrizmus, etikai fogyasztás, a fogyasztás szociológiája, bizalom, morális ökonómia, interetnikus viszonyok, Románia

JEL-kódok: A14, J15, Z13

Az etnicitás és a gazdasági magatartás kapcsolatának a vizsgálata a nemzetközi gazdaságszociológiai szakirodalomban több évtizedes múltra tekint vissza, a különféle etnikai csoportokon belüli ökonómiai kooperáció mechanizmusainak a feltárása máig jelentős érdeklődésre tart számot a fontosabb szakmai fórumokon. Az elemzések közös kiindulópontja az, hogy – a társadalmilag szegmentálatlan piac neoliberális doktrínájával szemben – az etnicitásnak fontos szerepe van a gazdasági tranzakciók irányításában, a különféle piacok szerkezetének a formálásában. Paradigmatikus értelemben irányt mutató, monografikus, szintézisjellegű munka ebben a témakörben ugyan még nem született, de rengeteg – a helyi sajátosságokon túlmutató, az általánosíthatóság igényé-

[1] Egyetemi tanársegéd, Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Szociológia Tanszék
[2] Magiszteri hallgató, Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Szociológia Tanszék

vel megírt – esettanulmány áll a kutatók rendelkezésére abban, hogy megtalálják a helyes irányt a terepnek megfelelő fogalmi eszköztár, módszerek, kutatási eljárások kidolgozásában.

Ezért meglepő, hogy a multietnikus kelet-közép európai országokban a témakör vizsgálata meglehetősen szegényes. Hazai viszonylatban születtek ugyan tartalmas hozzászólások pl. az etnikai gazdaságpolitika kérdésköréhez[3], ezeket azonban nem előzték meg módszeres empirikus vizsgálódások.

Elemzésünkben az erdélyi magyarok gazdasági magatartásának bizonyos etnikai vonatkozásaira szeretnénk rámutatni – egyelőre feltáró jelleggel –egy átfogó kérdőíves vizsgálat eredményei alapján. Elsősorban arra vagyunk kíváncsiak, hogy létezik-e, és ha igen, milyen mértékű a gazdasági etnocentrizmus az erdélyi magyarok körében. Milyen típusú tranzakciókban és piacokon jellemző inkább? Szűkebb értelemben beszélhetünk-e a közgazdasági szakirodalomból ismert etikai fogyasztás mintájára „etnikai fogyasztásról", mely társadalmi rétegekben fordul elő inkább, és ezzel összefüggésben mivel magyarázható létezése?

A kutatás eredményeinek ismertetése előtt tisztáznunk kell a címben szereplő fogalmak pontos jelentését, majd elméleti fogódzókat keresünk a jelenség magyarázatára. Az adatok bemutatása után megfogalmazzuk az elemzés fontosabb következtetéseit.

Gazdasági etnocentrizmus, etnikai fogyasztás – konceptualizálás és elméleti megközelítések

A vizsgálat kulcsfogalmainak a tisztázását azért tartjuk fontosnak, mert mindkettőt a szokványostól eltérő értelemben használjuk. Az etnocentrizmus fogalmát már több szerző használta különböző fogyasztói, gazdasági magatartás leírásához, megértéséhez. Először Sumner 1906-ban megjelent tanulmányában találkozunk vele (Shimp 1984), eredeti értelmében egy etnikai csoport tagjainak arra való hajlamát jelöli, hogy saját csoportjukat középpontba helyezve másokat saját értékei és nézetei szerint ítéljen meg. Sumner rámutat, hogy több olyan etnikai csoport lé-

[3] Lásd a Magyar Kisebbség 1999/4-es számában a *Kisebbségi magyar gazdaságpolitika* cím alatti hozzászólásokat, Birtalan Ákos vitaindítójára.

tezik, amely olyan jelzőkkel határozza meg önmagát, mint „jó", „bátor", „gazdag", „becsületes", „szorgos", míg más csoportok leírására ezzel ellentétesen a „csúnya", „rossz", „lusta" jelzőket használja. Szerinte ez a jelenség a modern, komplex társadalmakban is megfigyelhető (Bolaffi és mtsai 2003. 103).

Malota az etnocentrizmus szakirodalmát összefoglalva rámutat arra, hogy a fogalom nem feltétlenül csak negatív értelemben használható, és több dimenzióban érdemes vizsgálni. Kosterman és Fesbach tipológiáját felhasználva az etnocentrizmus három dimenzióját különíti el: patriotizmus, amely a saját országhoz való ragaszkodást, hazaszeretetet jelent; nacionalizmus, amely a haza felsőbbrendűségét hangsúlyozza; és internacionalizmus, amely a más nemzetek iránti attitűdöket foglalja magába (Malota 2003. 38-40).

Az etnocentrizmus fogalmát a gazdaság tanulmányozásában először Shimp használja, *fogyasztói etnocentrizmusról* beszél, amely a fogyasztók külföldi és hazai termékekhez való viszonyulását írja le. A fogalmat úgy definiálja, mint a fogyasztók azon meggyőződései, amelyek a külföldi és belföldi termékek vásárlásának helyességére, erkölcsösségére vonatkoznak. Etnocentrikus fogyasztó tehát az a személy, aki a külföldi termékek vásárlását helytelennek tartja, mivel ezáltal veszélyeztetve érzi saját országa gazdaságát (Shimp 1984, Shimp és Sharma 1987). A szerzők a fogalom mérésére egy komplex, CETSCALE-nek nevezett skálát is kidolgoztak. A téma népszerűségét jelzi az, hogy számos szerző több országban vizsgálta ezt az utóbbi években (Elliot és mtsai 2009, Bawa 2004, Malota 2003, Sedlakova é.n.).

Az említett szerzők az etnocentrizmus fogalmát a gazdasági cselekvés és döntések egy szűkebb részének, a fogyasztásnak, ezen belül is a külföldi és hazai termékek fogyasztásához való viszonyulásnak a vizsgálata során használják. Ezzel szemben mi *gazdasági etnocentrizmusnak nevezünk bármilyen gazdasági természetű cselekvést megelőző etnikai alapú döntést, függetlenül a nemzetállami keretektől.* Az általunk használt fogalom jelentéstartalma tehát átfogóbb, nem csak a termékek és szolgáltatások piacára vonatkozik, hanem a gazdasági csereügyletek bármelyik formájában megjelenhet.

Tekintettel arra, hogy jelen dolgozatban nincs lehetőség a kérdéskör

átfogó vizsgálatára, magunk is elsősorban a fogyasztásban jelentkező gazdasági etnocentrizmussal foglalkozunk részletesebben, erdélyi magyar kontextusban. Ezt a jelenséget nevezzük *etnikai fogyasztásnak*.

A korábban definiált etnikai fogyasztás fogalma természetesen közel áll a fogyasztói etnocentrizmushoz, viszont értelmezésünkben két lényeges pontban különbözik tőle, túlmutat rajta. Egyrészt a termékek fogyasztása mellett szolgáltatások „fogyasztását" (igénybe vételét) is magában foglalja. Másrészt úgy véljük, hogy az erdélyi magyar kisebbségi lét kontextusában kevésbé releváns a „hazai" és „nem hazai" kategóriák használata, sokkal inkább az a lényeges, hogy az egyén a fogyasztás tárgyát asszociálja-e valamely etnikummal, függetlenül a nemzethatároktól.

A termékek és szolgáltatások „magyar" jellegével kapcsolatban a kérdőíves kutatást megelőzően fókuszcsoportos interjúkat is készítettünk. Arra voltunk kíváncsiak, hogy az interjúalanyok számára mit jelent a „magyar" termék, mivel asszociálják egy szolgáltatás „magyar" jellegét. Eszerint „magyar" a termék, ha 1. Magyarországon gyártották; 2. ha előállítása, megtermelése, forgalmazása elsősorban magyar nemzetiségűekhez kapcsolódik; 3. romániai magyarok tulajdonában levő cégek állítják elő; 4. magyar többségű régióban gyártották. A szolgáltatások esetében markánsabban az számít magyarnak, ahol magyar nyelven lehet megszólalni, ügyet intézni.

A gazdasági etnocentrizmus jelenlétének vizsgálatán túl lényeges kérdés, hogy mi magyarázza előfordulásának mértékét, minek tulajdonítható az, hogy bizonyos etnikumok esetében intenzívebb, máshol viszont kevésbé befolyásolja a fogyasztói döntéseket. Ugyanebben a tanulmányban a jelenség átfogó megértésére nem vállalkozhatunk (ehhez kvalitatív módszerekkel végzett további kutatásokra lenne szükség), a kapcsolódó elméleti szempontok figyelembe vétele számos ponton árnyalhatja a leírás részleteit.

Kétféle szemléletmód irányából közelíthetünk a gazdasági etnocentrizmus megértéséhez: a strukturalista szemléletű szociológiai szempontok és a racionális döntéselméleti paradigma oldaláról. A strukturalista szemléletű magyarázatok szerint az egyéni döntéseket a csoportra jellemző társadalmi feltételek erősen behatárolják, a „túlszocializált"

egyén (Szántó 1994) mozgástere meglehetősen szűk, az egyéni preferenciák megértéséhez tehát a körülményeket kell alaposabban megvizsgálnunk. Aldrich és Waldinger (1990) nyomán – aki az etnikai vállalkozások előfordulásának és sikerességének a körülményeit vizsgálta az Egyesült Államokban – feltételezzük, hogy ezek a feltételek három komponens mentén operacionalizálhatók. A *lehetőségstruktúrák* (opportunity structures) alatt Aldrich azokat a piaci feltételeket érti, amelyek elősegíthetik az azonos etnikumúaknak pozícionált termékek és szolgáltatások megjelenését és elterjedését a piacon, illetve elérhetőségét a fogyasztók részéről. A lehetőségstruktúrák mellett az *etnikai csoport szociológiai jellemzői* is fontosak az etnikai fogyasztás szempontjából. Hazai kontextusban ennek lényeges összetevője a magyar etnikumú lakosság területi koncentráltsága: a tézis szerint a piacon az etnikai szempont érvényesülésének ott van nagyobb esélye, ahol a magyar népesség (és értelemszerűen a magyar termékek és szolgáltatások) aránya magasabb. Ott valószínűbb ugyanis az ún. „etnikailag védett piacok" kialakulása (Aldrich és Waldinger 1990:115, Alesina és Ferrara 2004, Bouckaert és Dhaene 2002, Bonacich 1972), ahol az etnikai vállalkozások első piacát maga az adott közösség képezheti[4]. Emellett a tömbvidékeken a magyar nyelvű marketing hatékonysága is nagyobb lehet. A területi koncentráltság mellett a gazdasági életképesség szempontjából lényeges csoportjellemző, ha az adott közösség üzleti kultúrája fejlettebb, az etnikai hagyományok gazdaságilag életképes gyakorlatokat tartalmaznak. Hasonlóképpen az etnikum társadalomszerkezeti sajátosságai, a társadalmi hálózatok mentén történő horizontális integráltsága, a formális és informális intézmények mentén az etnikumon belüli társadalmi interakciók sűrűsége és komplexitása, a társadalmi kohézió és szolidaritás, a csoporton belül a kikényszeríthető bizalom (Portes 1998) mind olyan csoportjellemzők, amelyek révén – elsősorban a tranzakciós költségeik csökkentésével – az etnikai kisebbség tagjai előnyhöz juttathatják magukat a gaz-

[4] Romániai magyar kontextusban etnikailag védett piacokról csak bizonyos partikuláris termékek és szolgáltatások esetében beszélhetünk. Létrejöttük csak akkor szerencsés, ha nem áll fenn az etnikumon kívülre való terjeszkedés akadályozottsága, a gazdasági enklávésodás veszélye.

dasági erőforrások mobilizálásában. A lehetőségstruktúrák és a csoportjellemzők találkozásánál eltérő *etnikai stratégiák* jöhetnek létre a gazdasági életképesség és prosperitás feltételeinek a megteremtésében.

Az említett három komponens átfogó vizsgálatára jelen kutatás kereteiben csak korlátozott mértékben adódik lehetőség, az empirikus vizsgálatban leginkább a szociológiai csoportjellemzők hatásait vizsgáljuk meg a fogyasztói magatartás etnikai vetületeire. Koos (2009) nemzetközi adatokon végzett elemzése alapján feltételezzük, hogy az etnikai fogyasztás mértéke mindenek előtt a rendelkezésre álló anyagi erőforrások függvénye. A szerényebb anyagi helyzetű fogyasztók ugyanis árérzékenyebbek, és a morális szempontokat rendszerint felülírják a szükségletvezérelt, diszkrecionális fogyasztói lehetőségeikben korlátozott helyzetükből fakadó döntések. Hasonlóképpen az etnikai fogyasztásra való hajlam vélhetően összefüggést mutat az iskolai végzettséggel is, a jobban képzett személyek valószínűleg jobban informáltak a piaci lehetőségekről, és jobban átlátják a fogyasztói döntéseik várható következményeit is. A kor és az etnikai fogyasztás összefüggése feltehetően csak az anyagi helyzet fényében érthető meg: jól artikulált fogyasztói preferenciák kialakulásához időre van szükség, idősebb korban viszont a szerényebb anyagi lehetőségek szabhatnak határt ezeknek a preferenciáknak az érvényesítésében. Hasonlóképpen megvizsgáljuk a nem, a településtípus és az etnikai fogyasztás összefüggéseit. Különös figyelmet szentelünk a társadalmi kohézió, a bizalom (beleértve az intézményekbe vetett bizalmat is) és a reciprocitás jelentőségének az etnikailag tudatos fogyasztói magatartás kialakulásában.

Az etnocentrikus piaci magatartás megértéséhez a fogyasztói döntések oldaláról is közelíthetünk. Ebben leginkább a szocio-ökonómiai szemléletmód lesz a segítségünkre, amely szerint az egyének gazdasági döntéseit a haszonmaximalizáló racionalitás mellett bizonyos morális szempontok is meghatározzák. Az iskola alapítója, Amitai Etzioni szerint „… az egyén döntései és viselkedése, ahelyett, hogy egy egységes elvet követne, az öröm maximalizálására és a fájdalom minimalizálására törekedne, vagy egy minden fölött álló haszonszerzésre irányulna, tulajdonképpen két alapvető hasznosság konfliktusáról árulkodik: az egyik az élvezetek kielégítésének vágya, a másik a morális kötelességeink" (Et-

zioni 2003. 321). További kortárs szerzők (Sayer 2006) nyugat-európai kutatásokra hagyatkozva egyenesen a „piacok moralizálódásáról" beszélnek, ami arra utal, hogy a szereplők az ár–minőség egyensúly racionalitása mellett bizonyos etikai elvek mentén hozzák meg a fogyasztói döntéseiket. Ezt bizonyítja például az organikus termékek növekvő népszerűsége Nyugat-Európában, de a széles tömegeket mobilizáló termékbojkottok egyre gyakoribb előfordulása is. Ezt a fajta fogyasztói magatartást nevezi a szakirodalom „etikai fogyasztásnak", és a meghatározás szerint akkor beszélhetünk róla, amikor a termékek vásárlását vagy meg nem vásárlását etikai, politikai vagy környezetvédelmi szempontok vezérlik. (Koos 2009). Hasonló jelentéstartalommal bír a „morális ökonómia" fogalma is (Thompson 1971), ami arra vonatkozik, hogy a különféle gazdasági cselekvéseket hogyan befolyásolják és strukturálják a morális normák és diszpozíciók, illetve azok hogyan írják felül a gazdasági racionalitás szempontjait (Sayer 2006. 78).

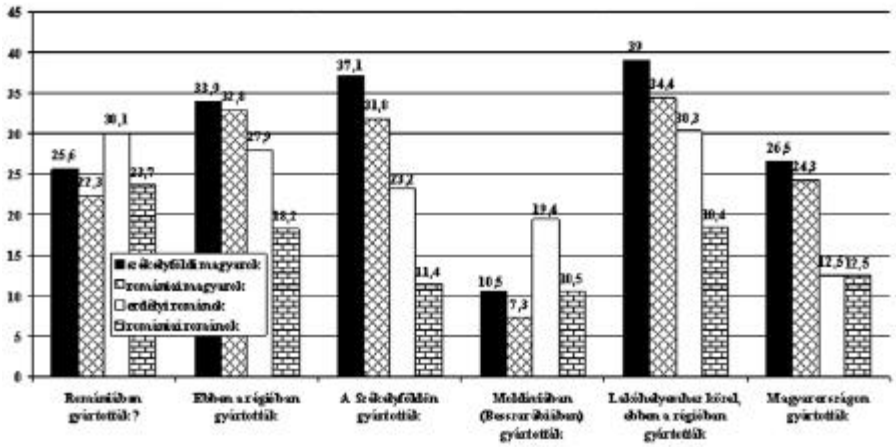
Az etnikai fogyasztást ebben a kontextusban az etikai fogyasztás analógiájára értelmezzük, és ide tartozónak sorolunk minden olyan fogyasztói döntést, amely mögött a haszonmaximalizáló racionalitás mellett – mint etikai vagy morális szempont – jelen vannak azok az etnikai alapú diszpozíciók, amelyek esetünkben a magyar termékek vagy szolgáltatások előnyben részesítésében nyilvánulnak meg.

A vizsgálat eredményei

Az elemzéshez használt *Társadalmi szolidaritás és etnikumközi viszonyok Romániában* című országos kérdőíves vizsgálatra 2008. október–novemberében került sor, a Nemzeti Kisebbségkutató Intézet valamint az Erdélyi Etnikumközi Viszonyok Kutatóközpontja koordinálásában. A teljes minta 1723 esetet tartalmaz (ebből 607 magyar nemzetiségű), és területi eloszlás, nemek és korcsoportok szerint reprezentatív. Az általunk vizsgált kérdéscsoportok mellett a kutatás az etnikumok közötti együttélés főbb problematikáit érintette.

Az elemzésben az etnikai fogyasztás mutatójaként használt változókat először külön-külön vizsgáltuk meg, majd egy több változó összevonásával készült összetett indexet készítettünk, amely a megkérdezettek gazdasági etnocentrizmusának fokát mutatja. Ezt az indexet vetettük össze a

korábban jelzett szociológiai változókkal. Mivel a vizsgálat országos mintán készült, lehetőségünk van arra, hogy a romániai magyarok gazdasági etnocentrizmusát összevessük a románokéval. A termékvásárlással kapcsolatos adatokból (1. ábra) az derül ki, hogy a regionalizmus és az etnikai szempontok szem előtt tartása a fogyasztásban leginkább a székelyföldi magyarokra jellemző: a megkérdezettek egyharmada úgy vélekedett, hogy hajlandó többet fizetni egy olyan termékért, amelyet a lakóhelyéhez közel vagy a Székelyföldön gyártottak, minden negyedik válaszadó pedig a magyarországi és a romániai termékekért is többet fizetne. Amennyiben az országos eredményeket nézzük, a fogyasztásban megmutatkozó régió-tudatosság szignifikánsan magasabb a magyarok körében. További érdekes megfigyelés, hogy a multikulturalizmussal szembesülő, fejlettebb erdélyi megyék többségi lakossága (az óromániai románokkal szemben) érzékenyebb a nemzetiségi szempontok iránt, nagyobb arányban fordítanának több pénzt olyan termékek vásárlására, amit Romániában vagy Moldova területén állítottak elő. Ez a fajta gazdasági etnocentrizmus azonban a nemzetállami kereteket tekinti referenciának, ezért van az, hogy a székelyföldi termékek iránt is jelentős az érdeklődés az erdélyi románok körében.



Forrás: Társadalmi szolidaritás és etnikumközi viszonyok Romániában *c. vizsgálat, 2008, saját szerkesztés*

1. ábra. Hajlandó-e többet fizetni a termékért, ha...?
(igen válaszok aránya, százalékban)

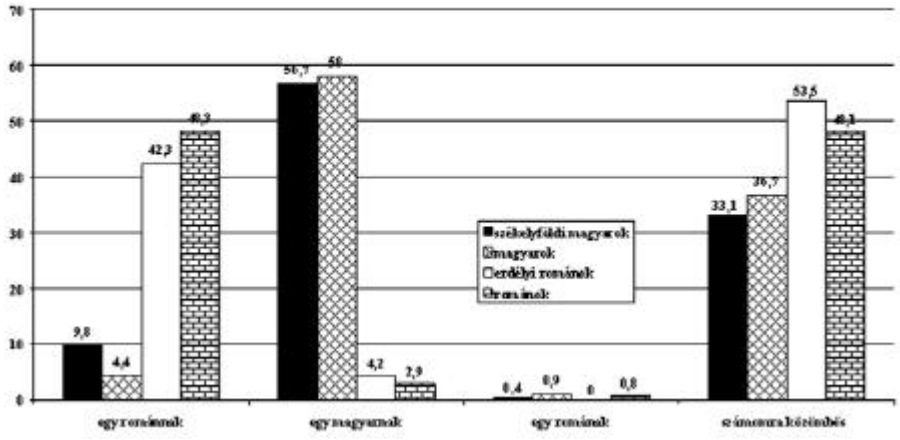
Ezt a hipotézist erősítik azok a válaszok is, amelyeket az eladó/forgalmazó nemzetiségével kapcsolatos preferenciáikban megfogalmaztak az erdélyi románok (2. ábra): körükben volt a legmagasabb azoknak az aránya (69,8 százalék), akiknek ez a szempont közömbös. Ehhez képest – ha adott a választás lehetősége – az erdélyi magyarok és az óromániai románok közel fele inkább saját nemzetiségű forgalmazótól/eladótól vásárolna. Az erdélyi románok viszonyulására vélhetően kevésbé jellemző a piacnak a magyaroktól való féltése, hiszen – ahogyan azt a mindennapokban is tapasztalják – ennek természetes szereplői az erdélyi magyarok is. Az óromániai románok köznapi életéből ezek a tapasztalatok többnyire hiányoznak, emiatt döntéseikben gyakrabban hagyatkoznak a média és a közélet által kultivált sztereotípiákra.

1. táblázat. Képzelje el, hogy vásárláskor egy román, egy magyar és egy roma eladó közül választhat. A kínálat, minőség és ár tekintetében nincs különbség. Ön inkább melyiktől vásárolna?

	Inkább egy romántól	**Inkább egy magyartól**	**Inkább egy romától**	**Nincs jelentősége**
székelyföldi magyarok	1,8	51,4	0,7	46,1
magyarok	2	48	0,9	49,1
erdélyi románok	26,5	3,1	0,6	69,8
románok	43,6	2,3	1	53,2

Forrás: Társadalmi szolidaritás és etnikumközi viszonyok Romániában *c. vizsgálat, 2008, saját szerkesztés*

Etnikailag differenciált magatartásról tanúskodnak a lakáspiaccal kapcsolatos kérdéseinkre kapott válaszok is. Ha aszerint vetjük össze a két etnikum válaszait, hogy milyen nemzetiségűeknek adnák ki a lakásukat szívesebben, az előzőekhez hasonlóan szignifikáns különbségeket találunk: a magyarok számottevően magasabb arányban választanának magyar bérlőt, a románok többsége számára ezzel szemben ez a szempont közömbös. (2. ábra)



Forrás: Társadalmi szolidaritás és etnikumközi viszonyok Romániában *c. vizsgálat, 2008, saját szerkesztés*

2. ábra. Képzelje el, hogy lehetősége lenne rá, hogy plusz jövedelem fejében bérbe adja lakását. Ha választania kellene, inkább kinek adná ki?

Arra a kérdésre, hogy *hajlandó lenne-e lemondani a lakbér egy bizonyos hányadáról annak érdekében, hogy azonos etnikumú bérlője legyen*, közel 12 százalékkal több romániai magyar válaszolta, hogy hajlandó lenne kevesebb bért kérni egy azonos etnikumútól, mint fordított esetben az erdélyi románok (2. táblázat). Egy további kérdés kapcsán az is kiderült, hogy a magyarok a lakbér szignifikánsan nagyobb hányadáról lennének hajlandóak lemondani egy azonos etnikumú bérlő kedvéért.

A lakásbérlés többnyire rövidebb időtartamra szól, és a szerződés bármikor felbontható. Ehhez képest a telek- és ingatlaneladás a tulajdon végleges átruházását jelenti. Az erdélyi magyarokra nézve kedvezőtlen történelmi változások – a két világháború közötti időszak (az 1922-es földtörvény) és a kommunizmus évtizedeinek negatív tapasztalatai (aszszimilációs törekvések, a települések etnikai szerkezetének irányított és céltudatos megváltoztatása) – miatt ennek a kérdésnek etnikailag fokozottabb szimbolikus jelentősége van a napjainkban is. Ennek köszönhető, hogy a telekeladásban érvényesülő etnikai preferenciák tekintetében

2. táblázat. Hajlandó lenne-e lemondani a lakbér bizonyos hányadáról annak érdekében hogy magyar/román (azonos etnikumú) bérlője legyen?

	Igen	**Nem**
székelyföldi magyarok	32,4	67,6
magyarok	30,2	69,8
erdélyi románok	18,2	81,8
románok	12,8	87,2

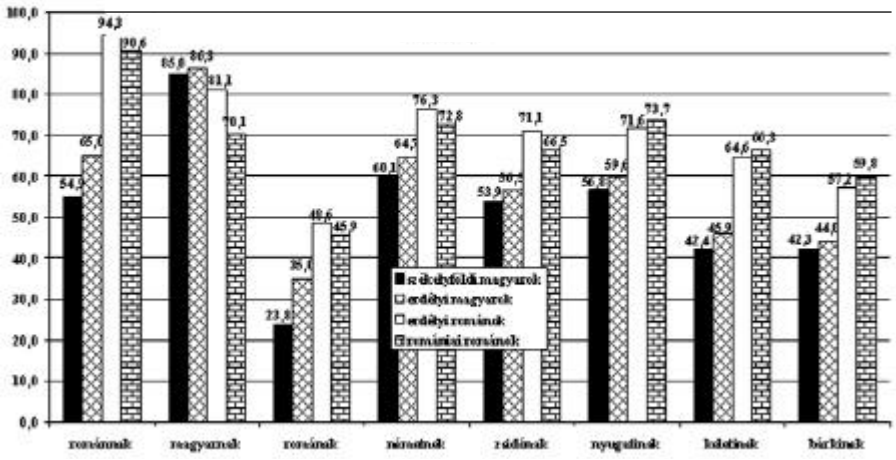
Forrás: Társadalmi szolidaritás és etnikumközi viszonyok Romániában *c. vizsgálat, 2008, saját szerkesztés*

még markánsabbak a magyarok és a románok közötti különbségek (3. ábra)[5]. A székelyföldi magyaroknak alig több mint fele lenne hajlandó fenntartások nélkül eladni telkét egy románnak, ezzel szemben a románok alig 20 százalékának vannak fenntartásai a magyar vásárlókkal kapcsolatosan.

Az eddigieket összegezve tehát kijelenthető, hogy a romániai magyar kisebbség gazdasági etnocentrizmusa mindegyik hipotetikus tranzakciós helyzetben nagyobb mértékű, mint a románoké. Várható volt tehát, hogy a fenti változók összevonásából készült szintetikus mutató[6] ér-

[5] Itt fel kell azonban hívnunk a figyelmet arra, hogy éppen amiatt, hogy a kérdésnek a közéleti jelentősége fokozottabb, növekszik a dezirabilitás esélye is: a megkérdezettek ezekben a kérdésekben nagyobb mértékben hajlamosak társadalmilag elvárt, saját véleményükkel nem feltétlenül egyező válaszokat adni.

[6] A mutató az alábbi hat változó összevonásából készült: 1. „Hajlandó-e többet fizetni a termékért, ha azt Romániában/Magyarországon gyártották?", 2. „Képzelje el, hogy vásárláskor román, magyar és roma eladó közül választhat; kínálat, minőség és ár tekintetében nincs különbség. Ön inkább melyiküktől vásárolna?", 3. „Képzelje el, hogy lehetősége lenne plusz jövedelem fejében bérbe adni lakását! Ha választania kellene, inkább kinek adná ki?", 4. „Hajlandó lenne a lakbér bizonyos hányadáról lemondani azért, hogy magyar bérlője legyen?", 5. „Ha el kéne adjon egy, a tulajdonában lévő telket, milyen mértékben lenne hajlandó eladni azt egy románnak/magyarnak?" 6. Egyetértés azzal, hogy „Természetes, hogy egy magyar alkalmazó előnyben részesítsen egy magyar személyt, egy román ellenében, mert jobban megbízhat benne." Az új változó így 0-től 6-ig vehet fel értékeket, a magasabb pontszám magasabb fokú gazdasági etnocentrizmust jelent.



Forrás: Társadalmi szolidaritás és etnikumközi viszonyok Romániában *c. vizsgálat, 2008, saját szerkesztés*

3. ábra. Ha el kellene adjon egy, a tulajdonában lévő telket, milyen mértékben lenne hajlandó eladni azt egy ...? („Fenntartások nélkül" válaszok százalékos aránya)

téke is szignifikánsan magasabb legyen a magyarok esetében. Az eredmények azt mutatják, hogy 0-tól 6-ig terjedő skálán mérve (ahol 0 az egyáltalán nem és 6 az erősen etnocentrikust jelenti) az erdélyi románok 1,53-as, az erdélyi magyarok 2,27-es átlagot értek el, a különbségek természetesen szignifikánsak ($p<0,001$).

A jelenség etnikai metszetben történő leírása mellett legalább annyira lényeges kérdés, hogy a gazdasági etnocentrizmus mértéke milyen gazdasági és szocio-demográfiai tényezőkkel hozható összefüggésbe, mely társadalmi rétegekre és csoportokra jellemző leginkább. A bemutatott gazdasági etnocentrizmus mutatót (indexet) függő változónak tekintve az elméleti keretben bemutatott tényezők hatásait sorban megvizsgáltuk.

Először azokat a strukturális tényezőket vizsgáltuk meg, amelyeket az Aldrich-féle (1990) lehetőségstruktúrák kapcsán korábban meghatároztunk. Ezek közé tartozik a *magyar etnikumú lakosság területi kon-*

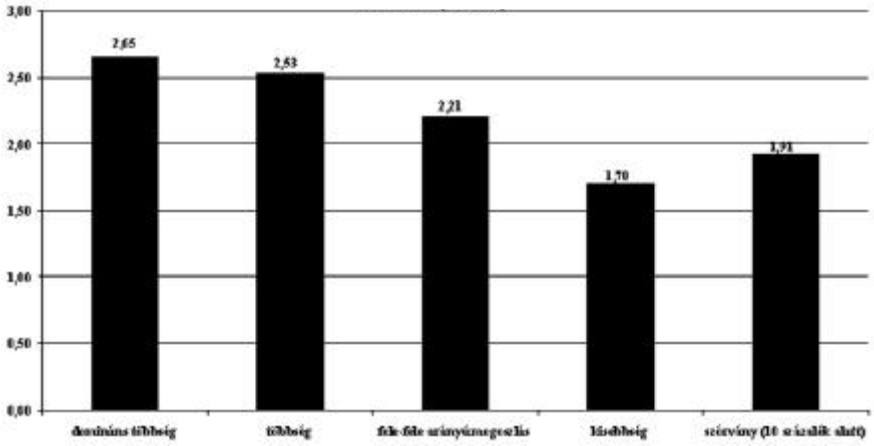
3. táblázat. A gazdasági etnocentrizmus mutató átlagértéke és szórása, etnikai bontásban (0-tól 6-ig terjedő skálán)

	Átlag	**Szórás**
székelyföldi magyarok	2,68	1,76
magyarok	2,27	1,69
erdélyi románok	1,53	1,33
románok	1,84	1,41

Forrás: Társadalmi szolidaritás és etnikumközi viszonyok Romániában *c. vizsgálat, 2008, saját szerkesztés*

centráltsága, hipotéziseink szerint ugyanis a nagyobb interakció-sűrűség miatt a piacon az etnikai szempont érvényesülésének ott van nagyobb esélye, ahol a magyar népesség aránya magasabb. Ezt az összefüggést a nagyrégiók vonatkozásában már bemutattuk: a székelyföldi megyékben a gazdasági etnocentrizmus mértéke szignifikánsan magasabb (2,68), mint a többi erdélyi megyében (2,27) ($p<0,001$). A kapcsolatot településszintű adatokon is megvizsgáltuk, melynek során az egyén lakóhelyén élő magyarok arányát vettük számításba. A kapott eredmények megfelelnek az előzetes várakozásainknak: azokon a településeken, ahol a magyar etnikum abszolút domináns (95 százalék fölötti), a gazdasági etnocentrizmus is igen magas, a magyarok arányának csökkenésével az index értéke szinte egyenes arányban csökken.

Az ökológiai tévkövetkeztetés elkerülése érdekében a válaszadók szintjén is megvizsgáltuk az etnikai beágyazottság hatását a gazdasági döntésekre. Ehhez bevezettük az *etnikai burok* fogalmát, ami alatt az egyén „etnikai elszigeteltségét" értjük, és arra vonatkoztatjuk, hogy általában mekkora az esélye annak, hogy alanyunk más etnikumúakkal, jelen esetben románokkal kerüljön kapcsolatba. Aldrich (1990) fogalmait használva ugyanis az egyén lehetőségstruktúrái eltérőek attól függően, hogy mekkora a másik etnikummal való interakciók sűrűsége. A fogalmat a rendelkezésre álló adatok alapján két változó – a románokkal való kapcsolatok száma, illetve a szülők nemzetisége – mentén operacionalizáltuk és vizsgáltuk meg. Az eredmények azt mutatják, hogy a románok-



Forrás: Társadalmi szolidaritás és etnikumközi viszonyok Erdélyben *c. vizsgálat, 2008, saját szerkesztés*

4. ábra. A gazdasági etnocentrizmus mértéke a lakóhely magyar lakosságának aránya szerint. (N = 612)

kal való kapcsolatok sűrűsége[7] és a gazdasági etnocentrizmus index között fordított korreláció van (r = – 0,258), ami azt jelenti, hogy a románokkal való intenzívebb és sokrétűbb kapcsolattartás kisebb mértékű gazdasági etnocentrizmust eredményez. Az etnikai burok operacionalizálása során egy másik mutatóként a család etnikai összetételét használtuk, vagyis azt, hogy a válaszadónk vegyesházasságból származik vagy pedig mindkét szülője magyar. Az eredmények az előző megállapítást igazolják: a magyar családból származók gazdasági etnocentrizmus átlaga 2,33, míg a román és magyar szülők gyerekeié 1,59.

Az előzetes feltételezéseinkkel ellentétben az erdélyi magyarok gazda-

[7] A románokkal való kapcsolattartás intenzitását egy 9 itemből álló Likert skálával mértük, amely különféle társadalmi kontextusban kérdezett rá a románokkal való kapcsolattartásra. Ennek kumulálásával egy 0-től 9-ig terjedő skálát hoztunk létre, ahol a 0 a románokkal való kapcsolat teljes hiányát, a 9-es pedig a sűrű kapcsolattartást jelenti.

sági entocentrizmusa nem mutat összefüggést sem az anyagi/vagyoni helyzettel, sem az iskolai végzettséggel, sem pedig a korral, és nemek szerint sincsenek szignifikáns eltérések az etnocentrikus piaci preferenciákat illetően.

Szignifikáns kapcsolatot találtunk viszont az általánosított bizalom hiánya[8] és a gazdasági etnocentrizmus között, ami nem meglepő, hiszen számos korábbi elemzés (Putnam 1995, Fukuyama 1997) hívta fel a figyelmet a bizalom (és tágabb értelemben a társadalmi tőke) jelentőségére a gazdasági tranzakciók költségtakarékosabb lebonyolításában. Yamagishi (1998) szerint az általános bizalom (általában bizalom másokban) és az elkötelezettség kialakítása alternatív megoldások a társadalmi bizonytalanság feloldására. Ahol ez a fajta bizalom hiányzik vagy kevésbé van jelen, ott pótlólagos társadalmi garanciákra van szükség ahhoz, hogy a tranzakció (együttműködés) megvalósuljon. Véleményünk szerint a romániai magyarok esetében a gazdasági etnocentrizmust tekinthetjük az elkötelezettség egy ilyen formájának, amely az általános bizalom hiányában elősegíti az azonos etnikumúak közötti gazdasági együttműködés létrejöttét. Ezt a feltételezést valószínűsíti az a megfigyelés is, miszerint a románokkal szembeni bizalmatlanság szignifikánsan magasabb gazdasági etnocentrizmussal jár együtt[9].

A gazdasági etnocentrizmussal szignifikáns kapcsolatban álló, fentebb bemutatott tényezőket egy közös regressziós modellben szerepeltettük annak érdekében, hogy feltárjuk: melyek vannak direkt hatással az etnocentrikus piaci magatartásra.

A 4. táblázatban közölt eredmények azt mutatják, hogy az erdélyi magyarok gazdasági etnocentrizmusáért leginkább a románokkal szembeni bizalmatlanság a felelős, de a többségi nemzettel való kapcsolattartás hiánya vagy alacsony intenzitása is etnocentrikusabb piaci magatartást valószínűsít. Valamivel gyengébb, de szintén pozitív direkt hatást

[8] Az általános bizalmat a nemzetközi vizsgálatokban használatos kérdéssel mértük: „Általában véve, Ön szerint a legtöbb emberben meg lehet bízni vagy inkább óvatosnak kell lenni az emberi kapcsolatok terén?". Az „Általában a legtöbb emberben megbízhatunk" választ adók gazdasági etnocentrizmus indexe 2,05, a „Jobb, ha óvatosabbak vagyunk az emberekkel való kapcsolatainkban" opciót jelölőké pedig 2,32.

[9] Az index értéke: a románokban bíznak vagy inkább bíznak: 2,06; románokban nem bíznak vagy egyáltalán nem bíznak: 2,98.

képvisel a székelyföldi lakhely, ehhez képest a településen kisebbségben élő magyarok gazdasági vonatkozású etnikai érzékenysége lényegesen alacsonyabb. A regressziós elemzésből kiderül, hogy az imént tárgyalt általános bizalom feltehetőleg a románokkal szembeni bizalmatlansággal összefüggésben van mérhető hatással a gazdasági etnocentrizmusra.[10]

4. táblázat: A gazdasági etnocentrizmus meghatározóinak lineáris regressziós modellje (R^2=0,125, a regressziós becslés standard hibája: 1,426)

	Standardizálatlan regressziós együttható	**Standard hiba**	**Standardizált regressziós együttható**
Konstans	2,885	0,207	
Székelyföldi lakhely	0,301*	0,145	0,098
Magyar többség a településen	–0,097	0,179	–0,023
Fele-fele arányú megoszlás	–0,235	0,189	–0,057
Magyarok kisebbségben a településen	–0,462**	0,184	–0,129
Magyarok szórványban a településen (10% alatt)	0,002	0,251	0,001
Vegyesházasság a családban	–0,337	0,252	–0,055
Románokkal való kapcsolattartás intenzitása (sűrűsége)	–0,083***	0,025	–0,140
Általános bizalom	–0,089	0,175	–0,020
Bizalom a románokban	–0,665***	0,141	–0,189

* 0,05>p>0,01; ** 0,01>p>0,001; *** p<0,001

„A magyarok aránya a településen változó" esetében a referenciakategória a „domináns többség".

Forrás: Társadalmi szolidaritás és etnikumközi viszonyok Romániában *c. vizsgálat, 2008, saját szerkesztés*

[10] A két változó közötti korreláció együtthatójának értéke r=0,109*

Összegzés

Elemzésünkben az erdélyi magyarok gazdasági magatartásának bizonyos etnikai vonatkozásaira hívtuk fel a figyelmet. Egy 2008-ban készült, országos kérdőíves kutatás során azt vizsgáltuk, hogy mennyire jellemző a gazdasági etnocentrizmus az erdélyi magyarokra, mely társadalmi rétegekben fordul elő inkább, és létezése milyen szociológiai tényezőkkel hozható összefüggésbe.

A tanulmány első, elméleti részében definiáltuk a vizsgálat kulcsfogalmait, majd operacionalizáltuk ezeket, felhasználva a strukturalista szemléletű gazdaságszociológia illetve a szocio-ökonómia szempontjait.

Az empirikus elemzés leíró részéből kiderült, hogy az erdélyi magyarok gazdasági etnocentrizmusa mindegyik hipotetikus tranzakciós helyzetben nagyobb mértékű, mint a románoké: szívesebben fogyasztanak magyar terméket, ha tehetik, inkább magyar eladótól vásárolnának, nagyobb arányban hajlandóak lemondani a lakbér bizonyos hányadáról annak érdekében, hogy magyar bérlőjük legyen, és csak fenntartásokkal adnák el ingatlanjukat más nemzetiségű személynek. A fenti kérdésekből felépített gazdasági etnocentrizmus mutató elsősorban a románokkal szembeni bizalom mértékével, a többségi nemzettel való kapcsolattartás intenzitásával és a lakhely etnikai összetételével mutat összefüggést.

Irodalomjegyzék

1. Aldrich, Howard. – Waldiger, Roger 1990. Ethnicity and Entrepreneurship. *Annual Review of Sociogy*, Vol 16

2. Alesine, Alberto – Ferrara, Eliana Ethnic 2004. Diversity and Economic Performance. NBER Working Paper No. 10313

3. Bawa, Anupam 2004. Consumer Ethnocetrism: CETSCALE Validation and Measurement of Extent. VIKALPA, Vol. 29, No. 3.

4. Bolaffi, Guido – Rafaele Bracalenti – Peter Braham – Sandro Gindro (szerk.) 2003. Dictionary of Race, Ethnicity and Culture. London, SAGE Publications.

5. Bonacich, Edna 1972. A Theory of Ethnic Antagonism: The Split Labor Market. *American Sociological Review*, Vol. 37, No. 5.

6. Bouckaert, Jan – Ghaene, Geert 2002. Inter-Ethnic Trust and Re-

ciprocity: Results of an Experiment with Small Business Entrepreneurs. Working Paper 2002/150.

7. Elliot, Greg – Ross Cameron – Chandrama Acharya 2009. An Empirical Investigation of Consumer Ethnocentrism in Australia. In Wiley Periodicals, Complexity, Vol. 14.

8. Etzioni, Amitai 2003. Toward a New Socio-Economic Paradigm. *Socio-Economic Review*, Vol. 1, No. 1.

9. Francis Fukuyama 1997. Bizalom. Budapest, Európa Könyvkiadó.

10. Koos, Sebastian 2009. Explaining Ethical Consumption Behaviour in Europe: Empirical Evidence from 19 European Countries. Paper presented at the 9th Conference of European Sociological Association.

11. Magyar Kisebbség 1999. Kisebbségi magyar gazdaságpolitika. V. Évfolyam 4. (18.) szám.

12. Malota Erzsébet 2003. A sztereotípiák, az etnocentrizmus és az országeredet imázs hatása a hazai és a külföldi termékek megítélésére. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Ph.D. Értekezés.

13. Portes Alejandro 1998. Social capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology*, 24.

14. Putnam, Robert 1995. Bowling Alone: America's Declining Social *Capital. Journal of Democracy*, January.

15. Sayer, Andrew 2006. Approaching Moral Economy. In. Stehr, Nico – Henning, Christoph – Weiler Bernd (ed.): The Moralization of Markets. New Brunswick, Transaction Publisher.

16. Sedlakova, Jana é.n. The Perception of Country of Origin and Consumer Ethnocentrism in Slovak Market: Domestic Versus Forgein Products http://www.mace-events.org/4317-MACE/version/last/part/19/data/?branch=main&language=en, letöltésének dátuma: 2010 augusztus

17. Shimp, Terence – Subhash Sharma 1987. Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE. *Journal of Marketing Research*, Vol. 14.

18. Shimp, Terence 1984. Consumer Ethnocentrism: The Concept and Preliminary Empirical Tests. *Advances in Consumer Research*, Volume 11.

Románia országimázsáról

POÓSZ VANDA[1] – PÁL ZSUZSA[2]

Egyre többet hallunk az országmárkázás fogalmáról, az erre irányuló tevékenységekről, és egyre kevesebbet annak tartalmáról és eredményeiről. Jelen tanulmány nem kíván minősíteni egyetlen gyakorlatban megvalósított márkázási stratégiát sem, hanem össze kívánja foglalni azokat az elméleteket, amelyek ezek alapjául szolgálhatnak, illetve megpróbálkozik egy rövid kutatással Románia imázs-észlelését illetően. A tanulmány kiindulópontjaként szeretnénk boncolgatni a sokak által még mindég tisztázatlan fogalmakat (imázs, országimázs, országmárka, országmárkázás), az ezeket alakító és befolyásoló tényezőket és hatásukat az említett fogalmak kialakulásában. Az országimázs több irányba is kifejti gazdasági hatását, vizsgálata a turizmuspolitika, az exportáló vállalatok illetve a beruházások vonzásában érdekelt szervezetek figyelmének középpontjában áll. Bár megemlítjük mindegyik oldalát, az átlagemberben kialakított képre fókuszálunk, amelynek elsődlegesen az idegenforgalomra illetve a termékbefogadásra van hatása.

Kulcsszavak: országimázs, országmárka, országmárkázás
JEL kódok: M31, M37, M39

A gyorsuló globalizáció, a kiéleződött verseny mind a termékek, mind pedig a szolgáltatások esetében kompetitív előnyöket kíván. Az egyes országok esetében is az imázsépítésből hosszú távú kompetitív előny származhat, amire nagy szükségük van az országokban a túlélés és felzárkózás érdekében. Már nem elég jónak lenni, hanem különlegesnek is kell lenni, valami értékeset, egyedülállót kell nyújtani. Természetesen a feladat nem ilyen egyszerű, hiszen bármennyire igyekezünk az imázsépítés és -kommunikálás marketing részét kivitelezni, az országimázsépítés rendkívül összetett feladat, szinte integráló fejlesztési stratégiaként is lehetne/kellene kezelni.

[1] közgazdász
[2] egyetemi tanársegéd, Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság és Gazdálkodástudományi Kar

Az imázs fogalma

Az imázs latin eredetű szó, jelentése kép, képmás. Az imázs szavakból, tettekből és fizikai jelenlétből áll. Az emberek szavaikkal, tetteikkel és külső megjelenésükkel kialakítanak magukról egy képet a külvilág szemében. Ez a kép az imázs, ami azonban nem feltétlenül felel meg annak a képnek, amit az illető közvetíteni szeretne magáról. Az imázs az ismereteknek, véleményeknek, attitűdöknek és benyomásoknak az összessége egy tárggyal, személlyel, csoporttal stb. kapcsolatban (Nadeau et al. 2008).

Az imázs Széles Péter elgondolása szerint nem más, mint észlelések során kialakult tudati képek rendszere, nem átgondolt és empirikus véleményhalmaz, hanem bonyolult asszociációk és értékelések összessége (Széles 2000). Ugyanakkor az imázs egy tudásszerkezet, amelyet könnyen alkalmazhatunk az információfeldolgozásban és a választási döntésben (Kotler & Gertner 2002). A fent említett megfogalmazások mindegyike magába foglalja a szubjektivitás fogalmát.

Több osztályozási kritériummal élhetünk az imázs esetén, amelyek kölcsönhatásba lépnek egymással és környezetükkel:

a. Az imázs alanya szerint (1) termék-, szolgáltatásimázs (product image): hogyan látják (minőség, tartalom, promóciók, elérhetőség, ár) a fogyasztók az adott terméket vagy szolgáltatást; (2) márkakép, védjegyimázs (brand image): az a kép, amely a fogyasztóban a megbízható márkát, a kockázat nélküli újravásárlást, a gyártóval szembeni bizalmat próbálja tükrözni; (3) személy-, szakemberimázs: az a kép, amelyet egy személy tudásán, megjelenésén, tehetségén keresztül próbál pozitívvá tenni; (4) vállalat- vagy szervezetimázs (company/ corporate image): az a kép, amelyet a vállalat tevékenységén, alkalmazottjainak hozzáállásán, szervezetének kultúráján, fizikai tényezőin keresztül próbál közvetíteni kifelé; (5) helyimázs – place image: lefedi mind a település (pl. Szeben, Kolozsvár, Nagyszalonta, Bukarest, Torockó, Konstanta, Mamaia stb.), régió (Erdély, Duna Delta, Moldva, stb.), ország, földrész imázsát is.

b. Az imázs kialakulásának módja szerint létezik (1) spontán kialakult imázs, amely mind negatív, mind pozitív társításokat is megjelenít-het. Ezek a tudatos törekvéseken kívül alakulnak ki a fogyasztó fejében, például média, ismerősök, sajtó, saját tapasztalat hatására. A (2) tudato-

san kialakított imázs helyi szervezetek, állampolgárok összehangolt és tudatos törekvéseiből tevődik össze, és szavak (kampányok, reklámok, hirdetések, szórólapok), tettek (nemzetközi szerepvállalás, promóciók), a fizikai jelenlét (infrastrukturális fejlesztések, látnivalók, tevékenységek kiterjesztése, termékfejlesztés, modernizálás) révén alakul ki. Ez általában pozitív hatást kelt.

c. Időhorizont szerint van (1) előzetes, ún. tényimázs: ez az a kép, ami már megvan a fogyasztók fejében, és múltbeli tényeken alapul. Ha rossz, akkor csak nagyon nehezen lehet rajta változtatni, s ha jó akkor könnyen lehet még jobbá tenni. A (2) jövőbeni, kívánt imázs az a kép, amelyet az egyén, vállalat, ország magáról a jövőben mutatni szeretne. A jövőbeni imázs kialakítása tudatos, összpontosított cselekvést von maga után.

d. Irányultság szerint létezik (1) önimázs (self image): megmutatja azt a képet, amelyet a szervezet tagjai, az ország lakói saját magukról gondolnak. Ez rávilágít arra, hogy milyen mértékben tudnak azonosulni az adott márkával, szervezeti kultúrával, országgal, mennyire érzik önmagukénak (belső öntudat). Beszélhetünk (2) tükörimázsról (mirror image) is, ez a külső szereplők véleményét foglalja magába: milyennek látják a fogyasztók, az ügyfelek, a külföldiek a márkát, a vállalatot vagy az országot.

Az országimázs fogalma és dimenziói

Napjainkban egyre több szót ejtenek nemcsak a médiában, hanem mindenütt a környezetünkben az országimázsról. Egyre mélyebben és erőteljesebben beivódik a köztudatba ez a sokak számára még ma is tisztázatlan fogalom. Egy ország esetében az imázs kialakulása és kialakítása több síkon is végbemehet. Az országimázs számos elemet foglal magába: nemzeti szimbólumok, színek, ruházat, tipikus építmények, tárgyak, kiemelkedő irodalmi művek, különleges politikai rendszer, történelmi örökségek, zene (Jenes 2005).

Totth komplexebben fogalmaz, szerinte egy ország „azonosítási prizmái" a következő elemekből állnak: fizikai (földrajz, erőforrások, demográfia), kulturális (történelem, kultúra, művészet), személyiség (név, zászló, híresség), kapcsolatok (a kormánnyal, nemzetközi intézmé-

nyekkel), észrevétel, tükörkép (szabályozott kép, amit a külföldieknek mutatunk) (Totth 1996).

Anholt gazdasági szempontból pragmatikusabban állítja össze listáját az imázst összetevő elemekből. Hat dimenziót javasol, amelyeket tovább lehet bontani specifikus elemekre: emberek, turizmus, kultúra és örökség, beruházások, kormányzat, export. Itt már körvonalazódik két olyan terület, amelynek vizsgálata önálló életet élve, szinte függetlenül fejlődött ki: az egyik a turisztikai célpontok imázsa, a másik pedig az export termékek megítélése külföldön.

A szerzők többsége az országimázs értelmezésekor utal az attitűdre, mint a fogyasztói magatartást befolyásoló pszichológiai folyamatra. Az országimázs kialakulását az attitűdök kialakulásának módjain és folyamatán keresztül vizsgálják. Az attitűd kialakulásának három – értelmi, érzelmi és cselekvési – összetevője van (Fischbein & Ajzen 1975, Jenes 2005, Nadeau 2008).

Az országimázst úgy is felfoghatjuk, mint egy speciális gyűjtő vagy ernyőmárkát, mivel hatása kiterjed a területén gyártott termékekre, szolgáltatásokra, vállalatokra („made in"-hatás) (Jenes 2005). Nem meglepő, hogy a világ sikeres kereskedelmi márkái azokból az országokból származnak, amelyek a nemzetmárka tekintetében is az élmezőnyben vannak: Amerikai Egyesült Államok, Nagy-Britannia, Franciaország, Olaszország, Spanyolország, Svédország, Svájc, Japán és Németország (Anholt 2003). Éppen ezért az országimázs fogalommal szorosan összekapcsolva kerülnek elemzésre az olyan fogalmak, mint a termék-országimázs (product-country image) és a turisztikai célpont imázsa (tourism destination image). A két terület vizsgálódásai párhuzamosan zajlanak, az elsővel inkább a marketing és menedzsment szakemberek, a másodikkal pedig a turizmus területén kutatók foglalkoznak (Nadeau et al. 2008).

Országmárka, országmárkázás

A márka egy nevet vagy valamilyen megkülönböztető jelzést (szimbólum együttest) jelent, és arra szolgál, hogy azonosítson egy terméket, és megkülönböztesse a piacon levő többi terméktől, szolgáltatástól. A brand azonban attól válik igazán érdekessé és értékessé, hogy maga a

jelzés milyen attitűdöket és asszociációkat képes ébreszteni a fogyasztók tudatában (Aaker 2005, 1996).

A branding (márkázás) az az eljárás, amellyel megkülönböztetjük termékünket (országunkat) a versenytársakétól (Randall 2000). A márkázás és országmárkázás az irányított imázskialakítást jelenti. A kontrollálható elemeket egy arculatba sűrítik, majd ezt felcímkézik egy márkajelzéssel.

1. táblázat. A klasszikus márka és az ország, mint márka közötti különbségek

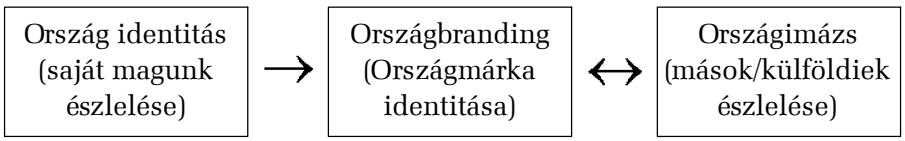
Klasszikus márka	**Országmárka**
• Van konkrét kínálat	• A kínálat tárgya nagyon szerteágazó
• Tiszta tulajdonviszonyok	• Igazi tulajdonos nincs, minden ott élő az
• A márkázás célja: profit a tulajdonosnak	• A márkázás célja: a hírnév erősítése, ennek eredményeként a polgárok jólétének növelése
• A menedzsment döntése	• A „menedzsmentet” (demokráciában) az állampolgárok választják
• Felülről vezérelt, top-down kontroll	• Alulról, közösségi értékek által, bottom-up (demokráciában)
• A márka imázsa néhány elemből áll össze	• A márka imázsa nagyon sok elemből (dimenzióból) áll(hat) össze
• Konzisztens marketingkommunikáció kevés csatornán	• Többnyire nem koordinált kommunikáció sok csatornán
• A márkanév kitalált, megváltoztatható	• A márkanév a földrajzi terület, nem változtatható meg
• A márka időleges	• A márka örökké akar élni

Forrás: Fan 2009 és Papp-Váry 2009 alapján

A szakirodalom a nemzetmárka és országmárka kifejezéseket szinonimaként használja (Fan 2009, Anholt 2003). A nemzetmárkázás, országbranding kifejezés először 1996-ban, Simon Anholt tollából fakadt, aki saját elmondása szerint megunta, hogy „gazdag vállalatoknak segít még gazdagabbá válni", és eldöntötte, hogy valami új témára fog szakosodni. Előtte voltak próbálkozások, Kotler („Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations") is foglalkozott hasonló kérdésekkel, de maga a fogalom megteremtőjének Anholtot tekintjük (Pap-Váry 2009).

A szakirodalombeli vélemények megegyeznek abban, hogy a hely márkázása sokkal nehezebb folyamat, mint a termékek vagy a szolgáltatások esetében a branding. A termékek márkázása a legkönnyebb, a szolgáltatások esetében már felmerülnek a megfoghatatlanságból, tárolhatatlanságból, elválaszthatatlanságból eredő problémák, a hely márkázása pedig még ennél is összetettebb feladat.

Az ország/nemzetmárka és országimázs fogalmának kapcsolatát Fan (2009) egyszerűen és érthetően jellemzi (2. ábra). Véleménye szerint az önimázs pozitív és meghatározó elemeit kell beemelni a márkába, majd a (tükör) imázs az, amit ebből a külső szemlélő észlel és értékel. E két folyamat állandó kölcsönhatásban van, összehangolásuk és a pozitív attitűd irányába történő eltolásuk a márkázás feladata.



Forrás: Fan, 2009

1. ábra. Identitás – Brand – Imázs

Az országimázs mérése

Az országimázs mérése általában többváltozós modellek segítségével történik. Az adatfelvétel skálázási technikákat igényel, hiszen az észlelés és attitűd ezek segítségével számszerűsíthető és árnyalható. Alkalmas az imázs mérésére a Fishbein-modell is, amely az attitűdök mérésére létrehozott többváltozós modell. A modell az attribútumok kiér-

tékelését súlyozza az észlelt relatív fontossággal, majd összegzi azt (Fisbein & Ajzen 1975). A kiértékelés több vizsgálati eset összehasonlításaként vagy a lehetséges maximális értékhez képest történhet. A módszer főként a kognitív és affektív elemek hatásának mérésére alkalmazható. Ugyanakkor mérhető a cselekvési tényező is – nemcsak az ismereti és érzelmi –, mégpedig a látogatási szándék vizsgálatával.

Az országimázs mérési módszerei az alkalmazott skálázási technikák és a felsorakoztatott attribútumok (országjellemzők) számának és tartalmának tekintetében térnek el. Leggyakrabban Likert-skálát és szemantikus differenciál-skálát alkalmaznak, ritkábban összehasonlító skálát. Az Anholt-féle hexagon is kínál attribútum-kategóriákat. Ezek alapján fejlesztette ki Anholt a GMI Nation Brands Index mutatót, és végzett kutatásokat több országban. Az egyes jellemzők különböző súllyal jelentkeznek a befogadók értékelésében, hasonlóan a Fisbein-attitűd modellhez, így például Anholt a turizmust jelölte meg, mint az egyik legexponáltabb és viszonylag világosan behatárolható attribútum kategória, bár kétségtelen, hogy lehetnek átfedései más kategóriákkal, például a kultúra, örökség dimenzióval.

Echtner és Ritchie (2003) összegzi egy megfelelő mérési módszer követelményeit: (1) a módszernek tartalmaznia kell mind egy attribútum alapú, mind pedig egy holisztikus összetevőt, (2) mindkét komponensnek tartalmaznia kell tapintható/fizikai elemeket és elvont/pszichológiai elemeket, (3) a vizsgált elemek egy skálán mozognak az általánostól (pl. infrastruktúra) ez egészen sajátságosig (pl. jellegzetes esemény).

Románia országimázsa

E szakdolgozathoz kisebb kutatás készült 2010 tavaszán Románia imázsának észlelésével kapcsolatban. A kutatás kvantitatív jellegű, az adatfelvétel egy kérdőív segítségével történt. A megkérdezésnél elektronikus technikát alkalmaztunk egy internetes kérdőívszerkesztő és -kezelő oldal (www.gmail.com) segítségével[3].

A kérdőív 19 kérdésből állt, és a következő szerkezetet követte:

[3] https://spreadsheets.google.com/viewform?formkey=dFNVZVdfOTQ3RHJPbmFVRDdtOUFVN3c6MQ

• Kérdőív készítőjének a bemutatása és a felmérés témájának az ismertetése

• Bemelegítő kérdés – országimázsra vonatkozó kérdés (1 kérdés)

• Szűrőkérdés – alkalmas-e a további együttműködésre (1 kérdés).

• Témafelvezető, indító kérdések: mit tud Romániáról? (6 kérdés)

• Sajátos, a témával kapcsolatos kérdések: Románia jellemzői, kapcsolatok, vélemények (7 kérdés)

• Szegmentáló kérdések: származási hely, nem, kor, foglalkozás (4 kérdés)

A kutatásban nem véletlen mintavételi technikát alkalmaztunk, ezen belül a hólabda mintavétel tűnt megfelelőnek a populáció tagjainak elérésére. Egy közös jellemzővel bíró sokaságot kerestünk, jelen esetben:

fiatalok – mint potenciális turisták; tapasztalataink alapján a külföldi fiatalok hajlamosak szervezetlen, spontán kirándulásokon részt venni, barátokkal, ismerősökkel, azzal a céllal, hogy megismerjék a körülöttük lévő világot, amiben élnek;

külföldiek – az országimázs mérésekor kizárólag külföldi fiatalok megkérdezésére fókuszáltunk – vagyis tükörimázsmérést végeztünk.

Összesen 58 kérdőív érkezett vissza a világ minden részéről, de ezek közül csak 53 darabot sikerült feldolgozni. A hasznosított kérdőívek a következő országokból érkeztek: Németország (10), Magyarország (6), AEÁ (5), Ausztria (5), Spanyolország (4), Hollandia (4), Ukrajna (3), Portugália (2), Olaszország (3), Moldova, Ghána, Svájc, Észtország, Örményország, Csehország, Nagy-Britannia (1–1), továbbá az ázsiai kontinensről 4 válasz érkezett. A megkérdezettek sokszínűsége valószínűleg abból is adódik, hogy a kezdeti csoportban három, a Caritas segélyszervezethez tartozó önkéntes volt, akik számos idegen országbeli emberrel állnak kapcsolatban.

A kutatás hipotézisei másodlagos információforrásokra (2. táblázat), valamint saját tapasztalatra támaszkodnak. Ezek a következők:

1. A külföldiek a Romániával kapcsolatos információk többségét a sajtóból kapják, s ezen információk legnagyobb része negatív jellegű;

2. A külföldiek természeti kincseinket, tájainkat értékelik a leginkább, ugyanakkor a legtöbben a szegénységgel, nyomorral társítják országunkat;

3. A külföldiek többsége korruptnak és tisztességtelennek látja a románokat, ugyanakkor serény és ügyes emberekként ismeri őket;

4. Annak ellenére, hogy nagyon sokan csak hallottak Romániáról, személyes kontaktusuk nem volt az állampolgárokkal, és negatív élményük sem volt országunkkal kapcsolatban, rossz – vagy legalábbis nem kedvező – véleménnyel vannak a Romániáról;

5. Nagyszeben, mint Európa Kulturális fővárosa 2007-ben, sokak számára Románia egyik ismertetőjelévé vált

2. táblázat. Románia tükörimázsának és önimázsának összegzése

A. Tükörimázs

Románia ismertsége	Sokak számára ismeretlen ország, csak csekély százalékban látogatnának el hozzánk, mint turisztikai célpont nem vonzó számukra
Az ország pozitív társításai	Különleges természeti adottságok, mezőgazdaság, kézművesség, tradicionális társadalom, dicső történelem, sokat szenvedet társadalom, szép nők, jó borok, különleges konyha, kulturális események,
Az ország negatív társitásai	Szegénység, visszamaradottság, rossz és olcsó termékek, veszélyes környezet, gyenge gazdasági tevékenység, bürokrácia, nyomor, prostitúció, korrupció, árvák, diszkrimináció, nehézkes politikai helyzet, rroma kérdés,
A romániaiak pozitív jellemzői	Vendégszeretők, nyitottak, dolgosak, szorgalmasak,
A romániaiak negatív jellemzői	Agresszívak, kedvetlenek, tisztességtelenek, civilizálatlanok, szomorkodóak, materialisták, képmutatóak, bizonytalanok, és rossz véleményük van saját magukról
Negatív társítás legfőbb oka	Román-rroma-nomád asszociáció, bevándorlók helyzete
Információforrás	Akiknek már volt személyes kapcsolata tapasztalata Romániával pozitívan vélekedik az országról. A legtöbben médiából szerzett információból táplálkoznak, ami általában negatív jellegű, sokan viszont az iskolai ismeretekből merítenek

Felsorolt látványosságok	Bukarest, Duna Delta, Bran kastély, Moldova, Középkori erdélyi kastélyok, román tradicionális falvak. Sem a Fekete tenger, sem a Kárpátok nem kaptak jelentősebb megemlítést egyik kutatásban sem.
Fejlődésben lévő iparágak	IT, autóipar, textilipar, építészet, bútoripar – ennek ellenére csak nagyon kevesen tudtak román termékeket megemlíteni
Visszamaradottság jelei	Infrastruktúra, környezetvédelem, gazdag és szegény rétegek közötti különbség, főváros és vidék közötti fejlettségi különbség

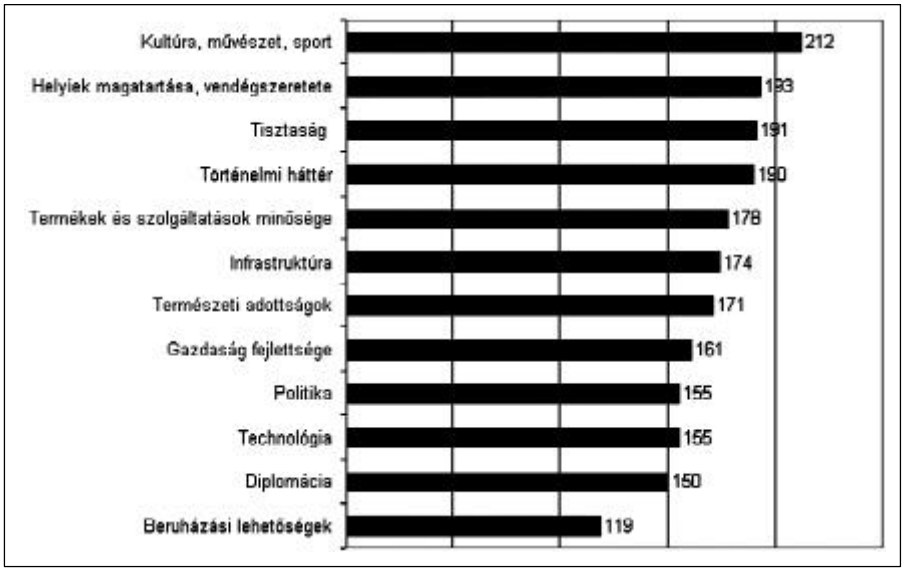
B. Önimázs

Nemzeti öntudat	Háromnegyedük büszke arra, hogy román állampolgár
Az ország pozitív társításai	Tradicionális nemzet, szép természeti tájak – csak 10% szerint nincs semmi jó Romániában
Az ország negatív társításai	Korrupció, lopások, szegénység, nyomor
A romániaiak pozitív jellemzői	Szorgalmasak, intelligensek, vendégszeretők, toleránsak, türelmesek, ambíciósak, becsületesek
A romániaiak negatív jellemzői	Naivak, egoisták, ellenségesek – 1/4 részük nem tudott rosszat mondani
Probléma-források	Gazdaság, infrastruktúra, környezetvédelem, politikai helyzet
Szerepvállalás	Kormánynak, az elnöknek és a médiának kellene javítania az ország imázsát

Forrás: Saját szerkesztés[4]

[4] A következő kutatások alapján: Tükörimázs: Románia imázsa Németországban 2006 május 5–június 6 között 1116, 16 éven felüli német állampolgár; Románia imázsa Spanyolországban 2008 április 16–30 között, 1214, 18 éven felüli spanyol állampolgár; Románia imázsa Olaszországban 2008 március 11–20 Olaszország 75 településén, 1201, 18 éven felüli olasz állampolgár; Anholt-GfK Roper nemzetmárka index, 2008; Önimázs: Agenţia pentru Strategii Guvernamentale megbízásából 2005 július 14–21 között Romániában, 1101, 18 éven felüli személy; Agenţia pt. Strategii Guvernamentale megbízásából 2007 április és május között, Románia 98 településén 1104, 18 éven felüli személy

A megkérdezettek egyharmada nem járt még Romániában. Akiknek volt már alkalmuk ellátogatni Romániába, azokat leginkább a pihenés és a rokoni kapcsolatok ápolása motiválta, de ezen kívül lehetőségük nyílt ellátogatni Erdélybe, Bukarestbe, Segesvárra, Marosvásárhelyre, Szatmárnémetibe, Aradra, Brassóba. Ezen tapasztalatok alapján a 18-ból, 13 személy úgy gondolja, hogy vissza szeretne jönni országunkba, a megmaradt 5 személy még nem tudja.



Forrás: saját szerkesztés

2. ábra. Az országimázs megítélését befolyásoló tényezők

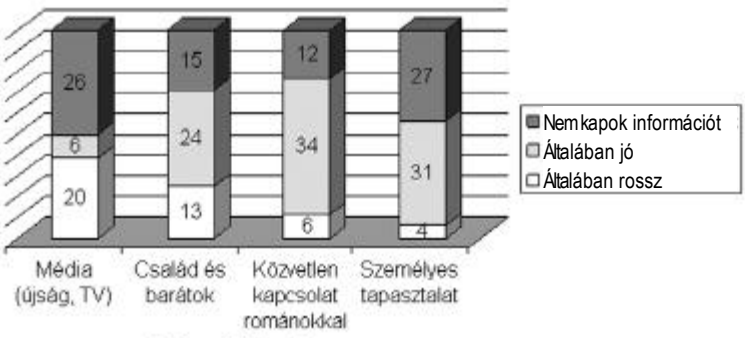
A szakirodalmi források által javasolt elemeket alkalmazva próbáltuk meghatározni, milyen tényezők és milyen mértékben befolyásolják az imázs kialakulását. Likert-skála segítségével a pontokat összegezve azt láttuk, hogy a kultúra-művészet-sport befolyásolja leginkább az országimázs kialakulását (2. ábra). Az Anholt-Gfk kutatások jelentései is azt mutatják, hogy a kultúra megítélésében jól teljesítő országok (Olaszország, Franciaország) az összesített skálán is az élmezőnyben vannak, bár az egyéb dimenziók tekintetében nincsenek az első ötben.

Érdemes megfigyelni, hogy az országimázs kialakulásában a második helyet a helyiek magatartása és vendégszeretete kapta. Érthető, hogy a higiénia, a tisztaság, a rendezett környezet is nagymértékben befolyásolja a kirajzolódott képet. Ezen kérdés kapcsán az okozott meglepetést, hogy a politikai helyzet valamint a természeti adottságok befolyása csak a „középmezőnyben" kapott helyet. Sokan Románia politikai helyzetét, a kormány szerepvállalását támadják, s most kiderül, hogy ezek a tényezők nem játszanak akkora szerepet, mint amilyet tulajdonítanak neki. Minden bizonnyal a minta demográfiai jellemzői és az országgal kapcsolatos motivációi miatt alakult így az értékelés.

Arra a nyílt kérdésre, hogy mi jut először eszébe Romániáról, a legelső helyen még mindig Drakula áll, a Bram Stoker irodalmi alkotása folyamán elterjedt mítosz. Továbbá sokaknak Romániában élő barát, ismerős, rokon jut eszébe, valamint többször megemlítették a focit, Erdélyt, a Kárpátokat. Persze a szegénység, migráció, rromák, szemét említések sem maradhattak ki, viszont volt, akinek a romániaiak kedvessége, a kultúra, az ország szépségei jutottak az eszébe.

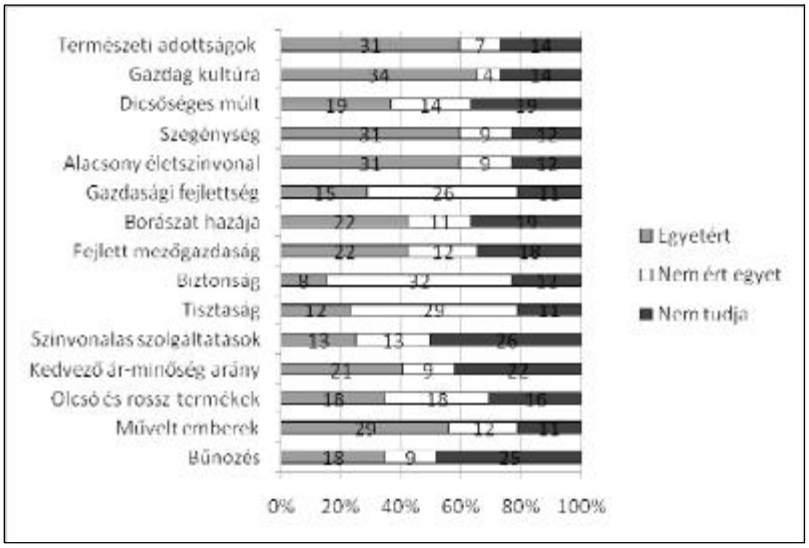
Az attitűd kialakulásának kognitív komponensét megalapozó információforrások vizsgálata is érdekes eredményeket ad. Az információforrások típusai és az információ jellege szerint megállapíthatjuk, hogy a médiából befogadott információk több mint háromnegyede valamilyen rossz hír. Viszont információkat nagyobb arányban kapnak személyes, illetve tapasztalati forrásból (3. ábra). A kapcsolat az információ forrása és jellege között szignifikáns ($\chi^2=36.88$, $p<0.02$).

A 4. ábra betekintést nyújt az egyes imázs-elemek értékelésébe. A kijelentéseknél váltogatva tüntettünk fel pozitív és negatív töltetű állításokat, elkerülve ezáltal a visszhang-hatást, ami gyakran jelentkezik skálás kérdéssorok esetén. Ha az eredetileg 4+1 beosztású skála értékeit összevontuk, és két pólust alakítottunk ki (egyetért – nem ért egyet, eltekintve ezek mértékétől) akkor elmondhatjuk, hogy a megkérdezettek úgy vélik, hogy országunkra a gazdag kultúra jellemző a leginkább, e mellett természeti adottságokban is bővelkedünk. Továbbá Romániában művelt emberek vannak, fejlett mezőgazdasággal rendelkezünk, valamint a román borászatnak is nagy jelentőséget tulajdonítanak. A másik részről a szegénység, az alacsony életszínvonal és a gazdasági fejletlen-



Forrás: saját szerkesztés

3. ábra. Információk előjele és információforrások



Forrás: saját szerkesztés

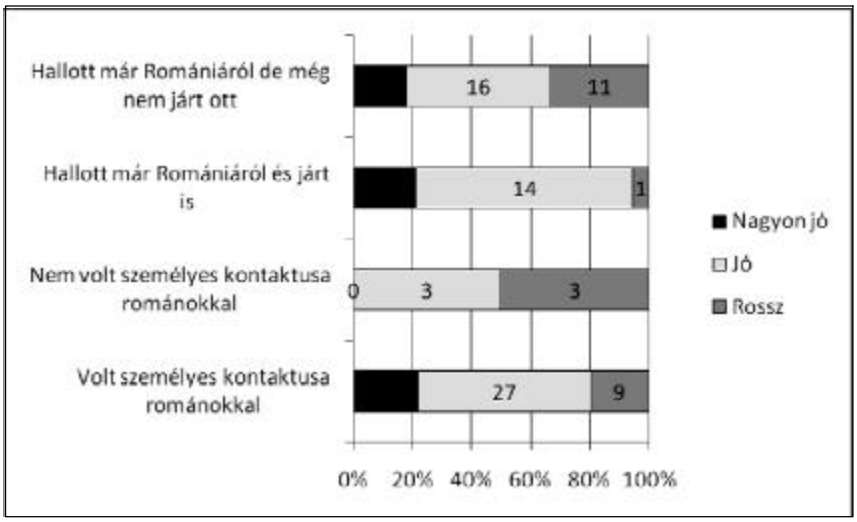
4. ábra. Vélemények Romániáról

ség jellemző ránk az alanyok többsége szerint. Továbbá úgy gondolják, hogy Románia nem biztonságos, a bűnözés és egyéb veszélyek miatt.

Ugyancsak kihangsúlyozott szerepet kap a környezet, a tisztaság, rendezettség: a külföldiek úgy vélik, Romániában ezek a tényezők a megengedett szint alatt vannak. Továbbá feltűnik, hogy a megkérdezettek mintegy 50%-a szolgáltatások minőségéről nem tud véleményt alkotni, s az ár–minőség meghatározásával is gondok vannak. Ez annak tulajdonítható, hogy a vizsgált mintának csak 34%-a volt Romániában, tehát csak 1/3 részük tud konkrét személyes tapasztalatokra szorítkozni ezen a téren.

Hasonló technikával kérdeztük a romániai emberekről kialakított képet. Megállapítottuk, hogy a külföldiek sok pozitív tulajdonsággal jellemezik a lakosságot, mégpedig: intelligensek, családcentrikusak, segítőkészek, közlékenyek, dolgosak, vendégszeretők, műveltek. A vitatottabb jellemzők közé tartozik a modernség és az innovációra való hajlam, valamint megosztott vélemény született a romániai emberek ápoltságát illetően – ez arra vonatkozik, hogy mennyire törődnek külsejükkel, megjelenésükkel.

Az országról alkotott vélemény általános értékeléskor észrevehető, hogy hajlamosabbak (arányukat tekintve) negatív véleményt kialakítani azok, akik még nem jártak az országban vagy nem volt személyes kapcsolatuk az itt élőkkel. (5. ábra).



Forrás: saját szerkesztés

5. ábra. Általános vélemény és kapcsolat az országról

A top-of-mind teszt alapján elmondhatjuk, hogy a különböző kategóriák asszociációi közül a legeredménytelenebb az volt, amikor egy személyiséget kellett felidézni Románia kapcsán. Összesen tízen tudtak megnevezni román vagy Romániához kapcsolódó személyiséget, akik a következők: Ceauşescu (4 említés), Hagi (2), Enescu (2) és Drakula (2). A városok, termékek és turisztikai látnivalók esetében az említéseket a 3. táblázat tartalmazza.

3. Táblázat. Top of mind romániai híresség

Termék (18 említés)	**Város** (28 említés)	**Földrajzi hely** (33 említés)	**Személyiségek** (10 említés)	**Események** (25 említés)
Dacia	Bukarest	Kárpátok	Ceauşescu	Fesztiválok
Ursus	Kolozsvár	Erdély	Enescu	Szórakozás
Jolidon	Vásárhely	Duna	Hagi	Drakula
Nokia	Konstanta	Fekete tenger	Drakula	Park
Pufuleţ	Szeben	Tavak		Foci
Kaviár	Arad	Szent Anna tó		December 1
Steaua		Máramaros		Csatlakozás
7 day's				II. világháború

Következtetések

A megkérdezettek legnagyobb része közvetlen kapcsolat révén szerez információkat Romániáról és lakóiról, viszont valóban a legtöbb negatív információ a médiából származik. Érdemes jobban figyelni az önimázs javítására, arra, hogy az itt élők büszkék legyenek az országukra, hiszen ők is kommunikálják kifele a negatív magatartást. A külföldi fiatalok természeti kincseinket, tájainkat értékelik a leginkább, ugyanakkor a legtöbben a szegénységgel, nyomorral társítják országunkat (ez a kép többnyire ugyancsak a médián keresztül terjed). A külföldiek inkább csak pozitív tulajdonságokkal illették a románokat, serény és ügyes emberekként ismerik őket. Csak nagyon kevesen illeték meg az országot az erőszakosság és a korrupció vádjával. Negyedik feltételezésünket csak megerősíteni lehet: annak ellenére, hogy vannak, akik nem kerültek

még soha közvetlen kapcsolatba román emberekkel, még soha nem látogattak el Romániába (vagy ha voltak is, nem érte őket komoly csalódás, kiábrándulás) mégis rossz véleményt alkotnak rólunk. Az ötödik feltevés, miszerint Nagyszeben fontos támpont az országimázs építésében, nem igazolódott be – ezt az állítást arra alapozzuk, hogy neve mindössze egyszer került említésre a városfelidézéskor. Mindez azonban lehet a szűk és heterogén minta következménye is.

A kutatás legnagyobb hibája a reprezentativitás problémája. A reprezentativitása érdekében, mindenképpen növelni kellene a minta nagyságát, és szűkíteni a sokaságot. A kutatásnál sokkal szélesebb attribútumskálát kellene azonosítani, illetve teljes attitűdvizsgálatot kellene készíteni. Észrevehető: volt sok olyan nyíltkérdéses válasz, amely jó támpontot biztosít újabb hipotézisek megfogalmazására (pl. rendezvény, fesztiválturizmus jelentősége). Ebből a szempontból mélyinterjúk is hasznosak lehetnek egy újabb kérdőív összeállításánál.

Irodalomjegyzék

1. Aaker, D. A. (1996) Building Strong Brands, Free Press, New York

2. Aaker, D. A. (2005) Managementul capitalului unui brand, Brandbuilders, Bukarest

3. Anholt S. (2003) Nation Brands: The Value of "Provenance" in Branding. In Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition, N. Morgan, A. Pritchard and R. Pride (szerk.)., pp. 264–281., Butterworth-Heinemann, Oxford.

4. Echtner C. M., Ritchie B. J. R. (2003) The Meaning and Measurement of Destination Image, The Journal of Tourism Studies, Vol. 14, No. 1, MAY

5. Fishbein M., Ajzen I. (1975) *Belief, Attitude, Intention and Behavior.* Reading, MA. Addison-Westley

6. Jenes, B. (2005) Possibilities of Shaping Country Image. *Marketing and Management*, 2005/2. pp. 18-29.

7. Jenes, B. – Malota, E. – Simon, J. (2008): Measurement Possibilities of Country Image - A Field Research among University Students. *Marketing and Management,* Vol. 2008/ 5-6. pp. 81-93.

8. Kotler, P., and D. Gertner (2002) Country as Brand, Product and

Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective. Journal of Brand Management 9:249–261.

9. Morgan N., Pritchard A., Pride R. (szerk.) (2003) Destination Branding. Creating the unique destination propozition, Butherworth-Heineman, Oxford.

10. Nadeau J., Heslop L., O'Reilly N., Luk P (2008) Destination in Country Image Context, Annals of Tourism Research, Vol. 35, No. 1, pp. 84–106.

11. Nicolescu, L. (coord.) Cojanu, V. Diaconescu, M. Drăghici, A. Lianu, C. Minciu, R. Pînzaru, F. Păun, C. Popescu, A. I. ?igu, G. Voicu©\ Dorobanţu, R. (2008) Imaginea Romaniei sub lupta - Branding si rebranding de tara, Editura ASE, Bucurest.

12. Olins W. (2002), "Branding the nation – the historical context", Journal of Brand Management, 9:4-5, 241-248

13. Papadopoulos, N. and Heslop L. (2002), "Country equity and country branding: problems and prospects", Journal of Brand Management, Vol. 9/4-5 294-314

14. Papp-Váry Á. F. (2009) Országmárkázástól a versenyképes identitásig - A country branding megjelenése, céljai és természete, Marketing és Menedzsment, 2009/2; letöltve: 2010.05.12. http://www.pappvary.hu/orszagmarkazas/Orszagmarkazastol_A_Versenykepes_Identitasig.pdf

15. Randall G. (2000): Márkázás a gyakorlatban, Geomédia Szakkönyvek, Budapest

16. Széles P. (2000) Hírnév, reputáció, imázs; Management kiadó, Budapest

17. Totth G. (1996) A vállalati imázs kialakulásának és fentartásának a módszertana, Bp, 1996

18. Fan Y. (2009) Brandig the nation: towards a better understanding, London http://dspace.brunel.ac.uk/handle/2438/3496

19. ***Agenţia pentru Strategii Guvernamentale: Imaginea Romaniei in Spania, 2008, letöltve 2010.04.17. http://www.publicinfo.ro/pagini/sondaje-de-opinie.php

20. ***Agenţia pentru Strategii Guvernamentale Imaginea românilor şi a României în Germania, 2006, letöltve 2010.04.17. http://www.

publicinfo.ro/pagini/sondaje-de-opinie.php

21. ***Agenţia pentru Strategii Guvernamental: Perceptia cetatenilor italieni asupra romanilor, 2008, letöltve 2010.04.17. http://www.publicinfo.ro/pagini/sondaje-de-opinie.php

22. ***Agenţia pentru Strategii Guvernamentale: Studilu privind autoperceptia romanilor si imaginea de tara, 2007, letöltve 2010.04.17. http://www.publicinfo.ro/pagini/sondaje-de-opinie.php

Agrárgazdaságtani rovat

Készült a CORVINUS Zrt. támogatásával

Birtokszerkezet- és koncentráció vizsgálata Romániában, kelet-közép európai és EU-27-es összehasonlításban

BÍRÓ BORÓKA JÚLIA

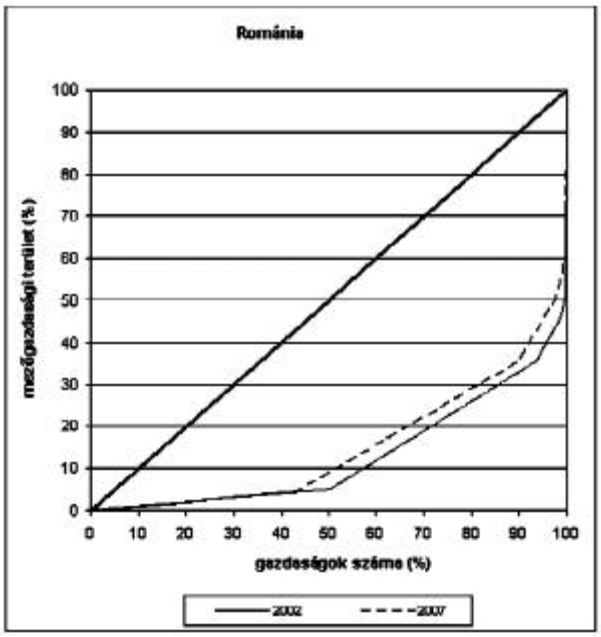
A mezőgazdaságban is érvényesül a méretgazdaságosság elve. Egy gazdaság eredményessége nem független üzemméretétől, az átlagos üzemméret növekedése a méthatékonyság jelenlétére utal. Kisebb üzemméret mellett nehezebb eredményesen gazdálkodni, másrészt a termelés diverzifikálásának vonatkozásában a kis üzemméret kevesebb lehetőséget kínál, mint a nagyobb. A kedvezőtlen időjárással kapcsolatos kockázatkezelés lehetősége természetes úton alig kezelhető kis üzemméret esetén, ráadásul a piaci alkupozíció is gyengébb (Potori és Udovecz, 2004). Románia számára a jelenlegi, elaprózódott birtokszerkezet mellett fejlődési lehetőséget jelentene, ha a gazdákat birtokszerkezetüknek megfelelő termékek termelésére ösztönözné oly módon, hogy képesek legyenek felismerni és beazonosítani piaci lehetőségeiket üzemméretük függvényében, valamint ennek megfelelően alakítani termékszerkezetüket, illetve a többi termelővel történő együttműködéseiket. Piaci elemzések szerint Románia jelentős mezőgazdasági alapanyag-kibocsátási potenciállal rendelkezik, földrajzi, klimatikus adottságai kitűnőek. Ezen potenciál kiaknázásának vonatkozásában az elaprózott üzemstruktúra elsődleges akadályozó tényezőként szerepel – a tőkehiány, a képzetlen termelői réteg, az együttműködés hiánya, illetve a különböző agrotechnikai hiányosságok lajstroma mellett. (ÚMVP, 2007)

Mindezért a jelenlegi üzemstruktúra helyzetének feltárása mellett kulcskérdés Romániában (is) a mérsékelt ütemű birtokkoncentráció vizsgálata, valamint az annak kialakítására való ösztönzés.

[1] Befektetés az emberekbe! doktorandusi ösztöndíj az Európai Szociális Alap által társfinanszírozott POSDRU 2007–2013 projekt keretében

Románia mezőgazdasági üzemszerkezetét kettősség jellemzi. A szerkezet dualitása abban áll, hogy több mint másfél millió azon kisgazdaságok száma, amelyek 1 hektárnál kevesebb területen fekszenek: ezek képezik az összes agrárgazdaság 43,76 %-át, de együttesen az összes mezőgazdasági terület csupán 4,72%-át birtokolják. Másrészt viszont a 100 hektárnálnál nagyobb birtokon gazdálkodók csoportja – akik szám szerint az agrárgazdaságok 0,25%-át teszik ki csupán – az össz-mezőgazdasági terület 37,57 %-án termelnek.

A romániai üzemszerkezet duális jellegét, valamint a mérsékelt ütemű birtokkoncentrációt hivatott szemléltetni az 1. ábrán látható Lorenz-görbe a 2002-es, illetve 2007-es év adataival. Az x tengelyen a gazdasá-



Forrás: saját szerkesztés a Recensământul General Agricol 2002 és Ancheta structurală în agricultură 2007 adatai alapján

1. ábra: Románia üzemszerkezetének alakulása
2002 és 2007 között – Lorenz-görbe

gok számának, az y tengelyen pedig az általuk használt termőterületnek az alulról kumulált relatív gyakorisági értékei kerültek ábrázolásra. Az x=0 és y=0 koordinátájú pontból kiinduló, mindkét tengellyel 45 fokos szöget bezáró egyenes (azonos léptékű beosztást feltételezve x és y tengelyen) az ún. egyenletes eloszlás szemléltetője, azt az elméleti helyzetet ábrázolja, amelyben a gazdaságok 50%-a a területnek pontosan 50%-át használja. Bizonyos mértékű koncentráció tapasztalható Románia 2002, illetve 2007-beli birtokstruktúrájának összehasonlító vizsgálata alkalmával (1. ábra).

A koncentrációs folyamat a kisebb méretű üzemek eltűnését, ezzel együtt a nagyobb méretű üzemek térnyerését eredményezte. Míg 2002-ben az 1 hektárnál kevesebb területtel rendelkező gazdaságok részaránya 50,46% volt, 2005-re ez az arány 44,93%-ra, 2007-re pedig 43,76%-ra csökkent. Minden más birtokméret-kategóriában (1–100 ha között) pedig folyamatos, mérsékelt ütemű részarány-növekedés tapasztalható a vizsgált periódusban (1. táblázat).

Románia – a többi kelet-közép európai országhoz hasonlóan – a direkt kifizetések folyósítását az 1 hektárnál nagyobb birtokok esetén – másrészt minimum 0,3 hektárnyi parcellákra – biztosítja. Az 1 hektárnál kevesebb területtel rendelkező gazdaságok nagy száma és magas részaránya jelzi, hogy milyen problémákkal szembesül Románia 2007-től kezdődően, amióta a gazdák a támogatásokat az EU-s tagság révén a közös agrárpolitika előírásai szerint kapták és kapják jelenleg is. Kérdéses számos 1 hektár fölötti gazdaság támogatási jogosultsága is, hiszen a birtokok több parcellára osztódnak, és ezek nagysága esetenként nem éri el a 0,3 hektárt.

Valójában az ország mezőgazdaságát nem érinti alapvetően a fent említett birtoknagyság-korlátozás, hiszen az összes mezőgazdasági területnek csupán 4,72%-a (1. táblázat) volt 2007-ben az 1 hektárnál kisebb gazdaságok tulajdonában. Szociális szempontból viszont igenis problémát jelent, hogy a gazdaságok 44%-a papírforma szerint nem jogosult direkt kifizetésekre (ez az a támogatási forma, amely alanyi jogon jár az 1 hektárnál nagyobb területekre). A valóságban viszont a terület nagy részét a bérlők dolgozzák meg, akik több tulajdonostól több hektár területet bérelnek megdolgozás végett, így pedig már jár a támogatás, ami beépülhet a bérleti díjba. (Vincze, 2009)

1. táblázat. Agrárgazdaságok megoszlása Romániában üzemnagyság szerint, 2002-ben, 2005-ben és 2007-ben

2002	**Száma (db)**	**%**	**Mezőgazdasági területe (ha)**	**%**
<1 ha	2 169 257	50.46	758 815.08	5.45
1-5 ha	1 850 286	43.04	4 180 568.3	30.01
5-10 ha	218 880	5.09	1 440 944.6	10.34
10-20 ha	37 408	0.87	471 097.55	3.38
20-50 ha	9 477	0.22	281 172.09	2.02
50-100 ha	3 850	0.09	258 042.66	1.85
>100 ha	10 203	0.24	6 540 069.8	46.95
Összesen	4 299 361	100	13 930 710	100
2005	**Száma (db)**	**%**	**Mezőgazdasági területe (ha)**	**%**
<1 ha	1 851 835	44.93	694 511.08	4.99
1-5 ha	1 883 983	45.71	4 407 599.8	31.69
5-10 ha	289 575	7.03	1 926 391.2	13.85
10-20 ha	65 905	1.60	849 615.15	6.11
20-50 ha	16 119	0.39	470 342.14	3.38
50-100 ha	4 939	0.12	336 183.16	2.42
>100 ha	8 891	0.22	5 222 058.8	37.55
Összesen	4 121 247	100	13 906 701	100
2007	**Száma (db)**	**%**	**Mezőgazdasági területe (ha)**	**%**
<1 ha	1 685 500	43.76	649 530.35	4.72
1-5 ha	1 765 660	45.84	4 179 874.4	30.39
5-10 ha	299 996	7.79	2 017 538.6	14.67
10-20 ha	70 128	1.82	924 227.9	6.72
20-50 ha	16 107	0.42	481 253.26	3.50
50-100 ha	4 791	0.12	333 053.59	2.42
>100 ha	9 608	0.25	5 167 568.5	37.57
Összesen	3 851 790	100	13 753 046	100

Forrás: saját szerkesztés a Recensământul General Agricol 2002, Ancheta structurală în agricultură 2005 és Ancheta structurală în agricultură 2007 adatai alapján

A nagy szövetkezeti gazdaságok átlagterülete a rendszerváltást követően jelentős mértékben csökkent, az egyéni, családi gazdaságok nagysága az 1990 előtti 0,5 hektáros átlagos kelet-közép európai értékről pedig 5–20 hektárosra növekedett (Rizov, 2006).

2. táblázat: A kelet-közép európai országok mezőgazdasági üzemeinek átlagos területe (ha) a jogi státus szerint az 1990 előtti időszakban, illetve 2004-ben

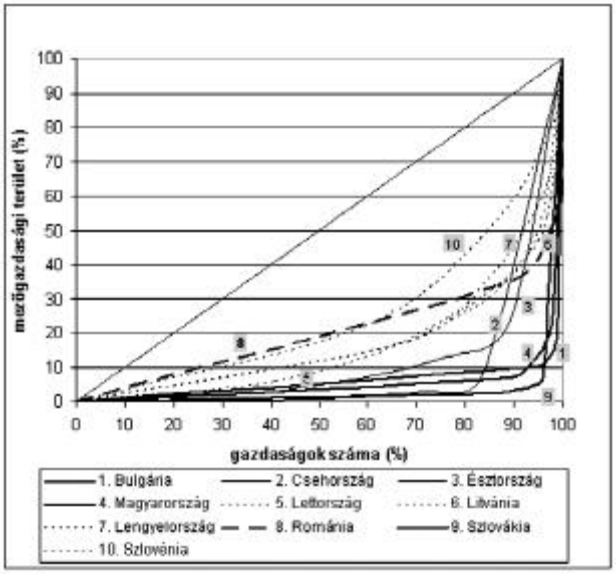
	Szövetkezeti/ közös gazdaságok		**Állami gazdaságok**		**Új gazdasági formák**	**Egyéni/ családi gazdaságok**		**Földkoncentráció***
	1990 előtt	2004	1990 előtt	2004	2004	1990 előtt	2004	2004
Bulgária	4000	637	1615	735	-	0.4	1.4	90
Csehország	2578	1447	9443	521	690	5.0	34.0	82
Észtország	4060	-	4206	-	449	0.2	19.8	60
Magyarország	4179	833	7138	7779	204	0.3	3.0	92
Lettország	5980	-	6532	340	309	0.4	23.6	20
Litvánia	2380	-	1880	-	310	0.5	7.6	30
Lengyelország	335	222	3140	620	333	6.6	7.0	40
Románia	2374	451	5001	3657	-	0.5	2.7	50
Szlovákia	2667	1509	5186	3056	1191	0.3	7.7	97
Szlovénia	-	-	470	371	-	3.2	4.8	40

*a földkoncentráció a gazdaságok felső 10%-a (legnagyobb gazdaságok) által használt földterület százalékaként került kiszámításra

Forrás: Rizov, 2006

A Rizov (2006) által számított földkoncentrációs mutató (2. táblázat) a gazdaságok felső 10%-a (legnagyobb gazdaságok) által használt földterület százalékát jelöli (2004-re vonatkozó adatok). A legmagasabb értékek Szlovákiában (97), Magyarországon (92), valamint Bulgáriában tapasztalhatók (90) (2. táblázat). Ez köszön vissza a 2. ábráról is, amelynek három „legnagyobb hasú", jobb alsó sarokban csúcsosodó görbéit a fent említett

három ország Lorenz-görbéje képezi. Románia 50-nel egyenlő földkoncentrációs értéke átlagosnak minősül. Ezen átlagon aluli – Lengyelország (40), Szlovénia (40), Litvánia (30) és Lettország (20) – országok csoportosulása szintén megfigyelhető a 2007-es adatok alapján elkészített, „kis hasú", kevésbé éles görbületű Lorenz-görbéken. (2. ábra).



Forrás: saját szerkesztés a DG Agri 2010 adatai alapján

2. ábra: Birtokstruktúra a kelet-közép európai országokban, 2007-ben – Lorenz-görbe

Míg az EU-27 országok átlagában az 5 hektár alatti gazdaságok számaránya 2007-ben meghaladta a 70,4%-ot, e gazdaságok csupán a földterület 8,35%-át használták. Kelet-közép európai vonatkozásban az 5 hektár alatti gazdaságok számaránya magasabb: 81,54%, területi aránya pedig jóval magasabb, 18,51%. Kelet-közép európai átlagon belül, amint azt a fentiekben is láthattuk, jelentősen eltér egy-egy ország üzemszerkezete. A homogenitás hiányát igazolja, hogy találunk 90%-ot meghaladó országot (Bulgária) – ami az 5 hektár alatti gazdaságok számarányát tekinti – de találunk 36,05%-os értékkel rendelkezőt is (Észtország). Hasonló különb-

3. táblázat: A gazdaságok számának és területének megoszlása a kelet-közép európai országokban és az EU-27 átlagában 2007-ben, méretkategóriák szerint

Ország	A gazdaságok méretkategóriák szerinti számaránya (%)				
	0–5 ha	5–10 ha	10–20 ha	20–50 ha	50 ha fölött
Bulgária	94.85	2.05	1.12	0.73	1.26
Csehország	50.25	11.42	10.15	11.42	16.75
Észtország	36.05	21.89	18.03	12.88	11.16
Lengyelország	68.48	16.29	10.01	4.24	0.99
Lettország	40.87	25.12	19.28	10.01	4.73
Litvánia	60.49	20.15	10.73	5.64	3.00
Magyarország	89.43	3.90	2.75	1.98	1.95
Románia	89.81	7.63	1.78	0.41	0.37
Szlovákia	87.25	4.20	2.46	1.88	4.20
Szlovénia	59.10	25.37	11.29	3.72	0.53
KKE	81.54	10.38	4.96	2.11	1.01
EU-27	70.40	11.39	7.25	5.87	5.10

Ország	A gazdaságok méretkategóriák szerinti területi aránya (%)				
	0–5 ha	5–10 ha	10–20 ha	20–50 ha	50 ha fölött
Bulgária	10.06	2.20	2.39	3.51	81.85
Csehország	0.85	0.88	1.59	4.01	92.67
Észtország	2.43	3.97	6.51	10.04	77.04
Lengyelország	17.60	17.86	21.27	18.94	24.33
Lettország	5.80	10.87	16.23	18.03	49.07
Litvánia	14.38	12.16	12.80	14.72	45.94
Magyarország	6.83	3.92	5.53	9.01	74.70
Románia	35.11	14.67	6.72	3.50	40.00
Szlovákia	2.68	1.03	1.19	2.17	92.93
Szlovénia	21.88	27.40	23.93	15.95	10.84
KKE	18.51	12.03	11.31	10.38	47.76
EU-27	8.35	6.32	8.05	14.72	62.56

Forrás: DG Agri 2010

ségeket figyelhetünk meg a területi részesedésben is, hiszen míg például Csehországban a termőterület 0,85%-át foglalják el az 5 hektár alatti kisgazdaságok, Romániában a 35,11%-át. Az 50 hektárnál nagyobb gazdaságok a termőterület jelentős hányadát művelik Csehországban (92,67%), Szlovákiában (92,93%) és Bulgáriában (81,85%) (3. táblázat).

A kelet-közép-európai országok átlagos birtoknagysága (6 ha), nem éri el az EU-27-ek átlagának (12,6 ha) felét sem 2007-ben. Szembetűnő az átlagos birtokméret szóródása a kelet-közép európai országok körében: míg átlaguk 6 hektár volt 2007-ben, addig például Csehországban 89,3 ha, Romániában pedig csupán 3,5 ha. Alacsony átlagos birtokmérettel rendelkező országok a kelet-közép európai térségből Romániát követően: Bulgária (6,2 ha), Lengyelország és Szlovénia (6,5 ha) és Magyarország (6,8 ha), amelyek átlagos birtoknagysága közel eléri a Romániában tapasztalható érték dupláját. Valamivel magasabb, de az EU-27-es átlag (12,6 ha) alatti Litvánia átlagos üzemmérete (11,5 ha). Lettország (16,5 ha), Szlovákia (28,1 ha), Észtország (38,9 ha) és Csehország (89,3 ha) pedig az EU-27-es átlagnál magasabb, illetve jóval magasabb értékekkel rendelkezik átlagos birtokméret tekintetében (4. táblázat).

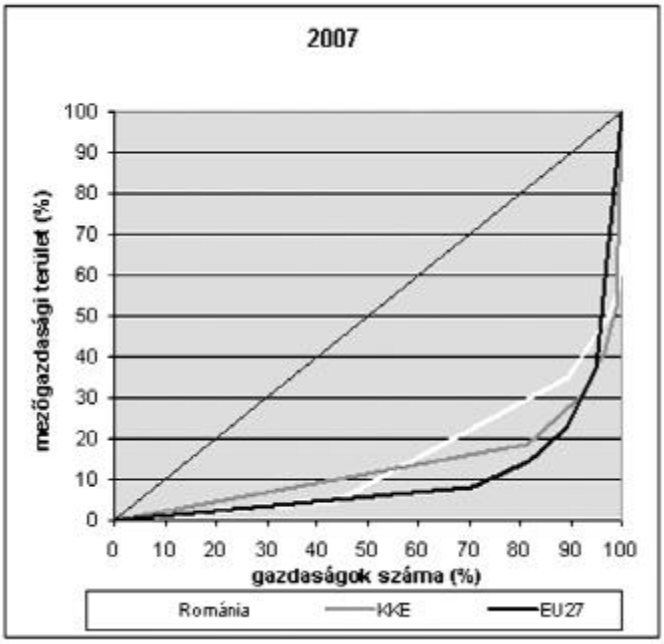
4. táblázat: Átlagos birtoknagyság a kelet-közép európai országokban és az EU-27 átlagában, 2007-ben

Ország	Általános birtoknagyság (ha)	Ország	Általános birtoknagyság (ha)
Bulgária	6.2	Lengyelország	6.5
Csehország	89.3	Románia	3.5
Észtország	38.9	Szlovákia	28.1
Magyarország	6.8	Szlovénia	6.5
Lettország	16.5	KKE	6
Litvánia	11.5	EU27	12.6

Forrás: DG Agri 2010

Románia üzemszerkezete jelentősen eltér nemcsak a régi EU tagállamok üzemstruktúrájától (az EU-15-ben, 2003-ban 6,7 millió farm volt, 19 hektáros átlagterülettel, de például Németországban 421 ezer farm

üzemelt 41 hektáros átlagos birtoknagysággal), de részben a többi közép-kelet európai ország mezőgazdasági szerkezetétől is (Vincze, 2009). A 2007-es helyzetállást a 3. ábra szemlélteti, ez alapján is megerősítést nyer az a kijelentés, amely szerint Románia – a rendelkezésre álló legfrissebb adatok szerint is – a kelet-közép európai átlagtól, de az EU-27-es átlagtól is jelentős mértékben eltérő üzemstruktúrával rendelkezik.



Forrás: saját szerkesztés az Agriculture and Rural development DG, 2010 adatai alapján

3. ábra: A Romániában, Kelet-közép Európában és az EU-27-ek átlagában tapasztalt üzemszerkezet 2007-ben – Lorenz-görbe

A 3. ábrán láthatóak a Romániában, valamint Kelet-közép Európában és az EU-27-ek átlagában tapasztalt üzemszerkezet konvex Lorenz-görbéi, a kis- és nagybirtokok közti egyenlőtlen termőföld-eloszlás szemléltetői. Romániában a gazdaságok „alsó" 50%-a (legkisebb gazdaságok) az össz-termőterület alig 10%-át, a gazdaságok „felső" 10%-a pedig több, mint 60%-át művelte 2007-ben. Kelet-közép európai átlagban a

gazdaságok alsó 50%-a a termőterület 11,35%-át, felső 10%-a pedig 71,68%-át használta. Az EU-27-es átlagot tekintve az alsó 50% a terület 5,93%-át, míg a felső 10% a terület 74,86%-át használta (forrás: saját számítások a DG Agri 2010 adatai alapján). Következésképpen elmondható, hogy a mezőgazdasági méretgazdaságosság elvének érvényesülésére a legkisebb a lehetőség (fenti három esetből) a jelenlegi román struktúrában, hiszen míg az EU-27-ek átlagában a 10%-nyi legnagyobb gazdaság a termőterület 74,86%-át, Kelet-közép Európában 71,68%-át művelték, addig Romániában csupán 60%-át. Másrészt, kisgazdaságok által művelt területek viszonylatában Románia 10%-os részarányával „jobban áll", mint a kelet-közép európai országok általában (11,35%), de messze elmarad az EU-27-ek 5,93%-os részarányához képest. (3. ábra)

Irodalomjegyzék:

Ancheta Structurală în Agricultură – Gazdaságszerkezeti Összeírás, INS, 2005; 2007

Directorate-General for Agriculture and Rural Development: Agriculture in the European Union, Statistical and Economic Information 2009, published: March 2010

Értékelési jelentés – Az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program ex-ante értékelése, 2007. február

MADR: Agricultura Romaniei, Februarie 2010

Potori, N. és Udovecz, G. (szerk.): Az EU-csatlakozás várható hatásai a Magyar mezőgazdaságban 2006-ig, Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest 2004,

Recensământul General Agricol – Általános Mezőgazdasági Összeírás, INS, 2002

Rizov, M.: Rural Development Perspectives in Enlarging Europe: The Implications of CAP Reforms and Agricultural Transition in Accession Countries, European Planning Studies Vol. 14, No. 2., Routledge, Taylor and Francis Group, February 2006

Vincze, M.: VII. 1. fejezet: A mezőgazdaság üzemi és tulajdonosi szerkezete - Horváth, Gy. (szerk.): Dél Erdély és Bánság, A Kárpát-Medence régiói 9., A Magyar Tudományos Akadémia Regionális Kutatások Központja és a Dialóg Campus Kiadó sorozata, Pécs-Budapest 2009

Vidékfejlesztési projektek 2010. augusztus 13-i helyzetállása Romániában

BÍRÓ BORÓKA JÚLIA

1. táblázat. A România Nemzeti Vidékfejlesztési Tervében előirányzott összegek intézkedésenként és tengelyenként a 2007-2013-as időszakra

Intézkedés/Tengely*	Előirányzott összegek (millió euró)
111 Szakképzés, kommunikációs tevékenység, innováció	119.02
112 Fiatal gazdák induló támogatása	337.22
113 A mezőgazdasági termelők gazdaságátadási támogatása (korai nyugdíjazás)	0.00
114 Tanácsadói szolgáltatások igénybevétele	0.00
121 Mezőgazdasági üzemek korszerűsítése	991.83
122 Az erdők gazdasági értékének növelése	198.37
123 A mezőgazdasági és erdészeti termékek hozzáadott értékének növelése	1071.17
125 A mezőgazdaság és az erdészet fejlődéséhez és alkalmazkodásához kapcsolódó infrastruktúra korszerűsítése és fejlesztése	476.08
141 Szerkezetátalakítás alatt álló, félig önellátó gazdaságok támogatása	476.08
142 Termelői csoportok létrehozása	138.86
143 Tanácsadói szolgáltatások nyújtása a mezőgazdaságban dolgozóknak	158.69
1. Tengely összesen	3967.31
211 Kedvezőtlen adottságú hegyvidéki területek mezőgazdasági termelőinek nyújtott kifizetések	607.75
212 A hegyvidéki területeken kívüli kedvezőtlen adottságú területek mezőgazdasági termelőinek nyújtott kifizetések	493.08
213 Natura 2000 kifizetések – mezőgazdasági területre	0.00

Intézkedés/Tengely	Előirányzott összegek (millió euró)
214 Agrár-környezetgazdálkodási kifizetések	963.23
221 A mezőgazdasági földterület első erdősítése;	229.34
223 Nem mezőgazdasági földterület első erdősítése;	0.00
224 Natura 2000 kifizetések – erdőterületre	0.00
2. Tengely összesen	2293.41
312 Vállalkozás-létrehozási és -fejlesztési támogatás	383.43
313 A turisztikai tevékenységek ösztönzése	544.22
322 A falvak megőrzése és korszerűsítése	1546.09
341 Készségek elsajátítása, ösztönzés és végrehajtás	0.00
3. Tengely összesen	2473.74
41 Helyi fejlesztési stratégiák megvalósítása;	171.60
411 Versenyképesség	57.59
412 Környezet/földgazdálkodás	22.33
413 Életminőség/diverzifikáció	91.68
421 Hazai és nemzetközi térségek közötti együttműködések	4.70
431 Működési költségek, készségek elsajátítása és animáció	58.77
431-1 A köz- és magánszféra együttműködésének építése	11.75
431-2 Helyi akciócsoport működése, kisrégió animálása	47.01
4. Tengely összesen	235.07
1., 2., 3., 4. Tengely össz.	8969.54
511 Technikai segítségnyújtás	376.12
611 Kiegészítő direkt kifizetések	625.14
NVFT (PNDR) összes (kivéve 611)	9345.66
ÖSSZESEN	9970.80

Forrás: PNDR, III. változat, 2009. március, 355-356. old.

2. táblázat. Kiválasztott projektek aránya a leadott projektekhez képest 2010. augusztus 13-án

	Leadott projektek		**Kiválasztott projektek**		**Kiválasztott projektek aránya**	
Intézkedés	száma	értéke (mil. euró)	száma	értéke (mil. euró)	szám szerint (%)	érték szerint (%)
112 Fiatal gazdák induló támogatása	5261	110.88	2809	60.36	53%	54%
121 Mezőgazdasági üzemek korszerűsítése	5220	1949.31	1591	570.04	30%	29%
123 A mezőgazdasági és erdészeti termékek hozzáadott értékének növelése	913	972.26	412	410.85	45%	42%
123 XS 13 (mezőgazdasági termékek)	247	113.71	215	101.63	87%	89%
123 XS 28 (erdészeti termékek)	177	78.90	157	67.45	89%	85%
123 N578/2009	167	125.82	0	0.00	0%	0%
125 A mezőgazdaság és az erdészet fejlődéséhez ésalkalmazkodásához kapcsolódó infrastruktúra korszerűsítése és fejlesztése	870	922.90	0	0.00	0%	0%
141 Szerkezetátalakítás alatt álló, félig önellátó gazdaságok támogatása	20013	150.10	6262	46.97	31%	31%
142 Termelői csoportok létrehozása	12	1.53	9	1.43	75%	94%
312 Vállalkozás-létrehozási és -fejlesztési támogatás	3980	544.02	1382	204.33	35%	38%
313 A turisztikai tevékenységek ösztönzése	1401	239.35	634	115.52	45%	48%
322 A falvak megőrzése és korszerűsítése	3039	7429.24	586	1560.22	19%	21%
431-1 A köz- és magánszféra együttműködésének építése	112	4.92	111	4.83	99%	98%
Fentiek összesen	41412	12642.93	14168	3143.62	34%	25%

Forrás: www.madr.ro 2010.08.23, saját számítás

3. táblázat. Kifizetések előirányzott összegekből vett aránya 2010. augusztus 13-án

Intézkedés	Előirányzott összegek (millió euró) – Forrás	Kifizetések 2010. aug. 13-án (millió euró)	Kifizetési arány
112 Fiatal gazdák induló támogatása	337.22	56.3	16.70%
121 Mezőgazdasági üzemek korszerűsítése	991.83	526.91	53.13%
123 A mezőgazdasági és erdészeti termékek hozzáadott értékének növelése	1071.17	365.13	47.24%
123 XS 13 (mezőgazdasági termékek)		80.65	
123 XS 28 (erdészeti termékek)		60.23	
123 N578/2009		0	
125 A mezőgazdaság és az erdészet fejlődéséhez és alkalmazkodásához kapcsolódó infrastruktúra korszerűsítése és fejlesztése	476.08	0	0.00%
141 Szerkezetátalakítás alatt álló, félig önellátó gazdaságok támogatása	476.08	46.08	9.68%
142 Termelői csoportok létrehozása	138.86	1.38	0.99%
312 Vállalkozás-létrehozási és -fejlesztési támogatás	383.43	182.17	47.51%
313 A turisztikai tevékenységek ösztönzése	544.22	105.12	19.32%
322 A falvak megőrzése és korszerűsítése	1546.09	1513.03	97.86%
431-1 A köz- és magánszféra együttműködésének építése	11.75	4.78	41.07%
Fentiek összesen	5976.73	2941.78	49.22%

Forrás: PNDR, III. változat, 2009. március, 355–356. old., www.madr.ro 2010.08.23, saját számítás

Dan Cristian Dabija: Kereskedelmi vállalatok marketingje
– könyvrecenzió –

VINCZE MÁRIA[1]

A kiskereskedelem képezi a termékek legfontosabb értékesítési formáját a végső fogyasztó szükségleteinek a kielégítésére. A verseny erősödése a világpiacon, a vásárlók szükségleteinek a globalizálódása, illetve az egyre összetettebb szükségletek egyre komplexebb marketingtevékenységet követelnek a kiskereskedelmi vállalatoktól. A kereskedelmi marketing (vagy a kereskedelmi cégek marketingje) egy külön ágazattá fejlődött a nemzetközi piacokon.

A fiatal, doktori címmel rendelkező szerző – a Babeş-Bolyai Tudományegyetem marketing tanszékének tanársegédje – érett, eredeti és kreatív kutatást végzett az angol-amerikai és német irodalom alapján a *Kereskedelmi vállalatok marketingje* című könyvében. Észrevételei, kiegészítései, javaslatai és összefoglalásai megalapozottak, és jó szisztematizáló illetve jó gyakorlati elemzési készségről tanúskodnak. A könyv hiánypótló az adott területen a román szakirodalomban.

Az első fejezetben, *A kereskedelmi vállalat marketingje a termelői és a szolgáltatói marketing között,* a német irodalomból merített többváltozós marketingszemlélettel indít (a marketingszemlélet fejlődése, a modern marketing hét nézőpontja, a marketing és a modern marketing menedzsment sajátosságai). A fejezet a kereskedelmi vállalat marketing változóinak az elhatárolásával folytatódik a termelői és a szolgáltatói vállalatokétól. A szerző érdeme a teljes kereskedelmi vállalat marketing változóinak a bemutatása: a választék, a saját márka, az ár, a személyzet, a kommunikáció, a belső légkör, a telephelyválasztás és az ügyfelek lojalitása. A változók egyszerű felsorolása is bizonyítja a téma komplexitását elméleti szempontból. Nagyon gazdag irodalomra alapozva, a szerzőnek sikerül megfelelő szakértelemmel meghatározni és elkülöníteni ezeket a területeket.

[1] Egyetemi tanár, Babeş-Bolyai Tudományegyem, Kolozsvár

A második fejezetben a szerző mélyrehatóan összefoglalja a kiskereskedelmet és a kiskereskedelmi szektor dinamikáját. Funkcionális és intézményesített szempontból megvilágítva a területet a szerző bemutatja annak legfontosabb funkcióit, a területi-, időbeni-, mennyiségi-, hitelezési-, újraosztályozási-, adaptálási-, piacorientálási- és termék feldolgozási- funkciókat. Végezetül a szerző kiemeli a kereskedő legfontosabb funkcióját, amely a gyártók és a fogyasztók közti feszültségek kiegyensúlyozását jelenti, értékteremtő szempontból a felek számára.

A következőkben a szerző bemutatja a kereskedelmi vállalatok osztályozását több változó szerint, összehasonlítva a kis- és a nagykereskedelmet. A szerző részletesen bemutatja a kiskereskedelmi formákat, hiszen ezek a legrelevánsabbak a fogyasztó szempontjából: szaküzletek, luxustermékek üzletei, butikok, vegyes boltok, kis- és nagyáruházak, különböző üzletcsoportok, szupermarketek, hipermarketek, drogériák, diszkont üzletek, mobilértékesítési egységek, automaták, kényelmi cikket áruló boltok stb.).

A teljeség kedvéért a szerző bemutatja a kooperációs együttműködések fajtáit: kooperációk, partnerkapcsolatok, stratégiai szövetségek. Az olvasót kellemesen meglepi a legfontosabb tényezők bemutatása a kereskedelmi szektor fejlődésében (gazdasági, piaci versennyel kapcsolatos, jogi-politikai, technológiai, demográfiai, társadalmi és kulturális tényezők). A fejezet végén a szerző bemutatja a romániai modern kereskedelmi szektor fejlődését, a hazai és a külföldi érdekeltségű kiskereskedelmi üzleteket (Carrefour, REWE, Auchan stb.).

A harmadik fejezetben, *A kereskedelmi márka és a romániai fogyasztó észlelése*, a szerző bemutatja a kereskedelmi márka fogalmát és ennek pozicionálási lehetőségeit a vállalat szempontjából. A kereskedelmi márka fogalmi tisztázása után következik a funkciók bemutatása a fogyasztói (outside-in) és a vállalati (inside-out) szemszögből, illetve a nemzeti és a kereskedelmi márkák stratégiáinak az összehasonlítása.

A kereskedelmi márka egy kereskedelmi vállalat sajátos jele, ami által megkülönbözteti a saját hálózatában értékesített termékeket. A kereskedelmi márka speciális előnyöket nyújt a vállalatok számára, mint például: differenciálás a versenytársakkal szemben, a vásárlók lojalitásának a növelése, vagy a gyártókkal szembeni gazdasági erő növelése. Az

irodalomra alapozva a szerző bemutatja a kereskedelmi márkák jelentőségét, amelynek sikere a megfogható (választék, saját márka) és a megfoghatatlan (kiszolgálás, belső légkör) tényezőkre alapozódik. A megfoghatatlan tényezők méréséből adódó nehézségek szubjektív mutatók használatához vezetnek, mint például: a bizalom, a szimpátia, a márkaismertség és a megelégedettség a vásárlási folyamat során. A szerző bemutatja, hogy a marketing változók miként járulnak hozzá a kereskedelmi márka értékének a kialakításához és a fogyasztók „fejében" való pozícionáláshoz. A kereskedelmi márka értékének a kialakulásához a marketingváltozók külön-külön is hozzájárulnak, de jelentős szinergikus hatásuk is van.

Az egyik alfejezetet a fogyasztói magatartásnak dedikálja a szerző, és annak vizsgálatára, hogy miként reagálják le a fogyasztók a kereskedelmi vállalatok marketing tevékenységét és a kereskedelmi márkákat, az attitűdök, a kognitív folyamatok és a cselekvési folyamatok szempontjából. Ugyancsak itt tárgyalja a szerző a kereskedelmi márkák pozícionálási kérdését (versenystratégiák, pozicionálás, differenciálás, növekedési stratégiák stb.).

A negyedik fejezetben, amely a legnagyobb fontossággal bír a könyvben, a szerző bemutatja a gyakorlati kutatás eredményeit. A kutatás első fázisában a szerző tisztázza a kereskedelmi formákat és meghatározza a legfontosabb kutatási kérdéseket és hipotéziseket. A kutatási módszertan bemutatása és az adatok érvényességi és megbízhatósági ellenőrzése után, a szerző bemutatja az elméleti modell változóit.

Az empirikus kutatás kiemelkedik a nagyszámú megkérdezések (több mint 7000 személy) és a nagyszámú (2821) megfelelően kitöltött kérdőív által. Az adatokat 2007-ben és 2008-ban gyűjtötte a szerző, majd az adatok elemzését több szinten is elvégezte: aggregáltan a két évre, évekre külön-külön, kereskedelmi formák (hipermarket, szupermarket, diszkont típusú üzletek, cash & carry, kényelmicikk boltok) illetve kereskedelmi márkák (Billa, Carrefour, Cora, Kaufland, Metro, Real, Oncos, Plus, Profi, Selgros, kényelmicikk boltok) szerint. A fejezet végén a szerző más saját kutatási eredményeket is ismertet, amelyek hatással vannak a kereskedelmi márkák imidzsére.

Az ötödik fejezetben a szerző menedzseri megközelítésből tárgyalja a

kutatási eredményeit, bemutatva a kutatás korlátjait és a további kutatás irányait. A szerző ajánlásai gyakorlati jelleggel bírnak a kereskedelmi vállalatok számára.

Összefoglalva, a *Kereskedelmi vállalatok marketingje* című könyv nagyon érdekes hozzájárulással bír a román és a nemzetközi irodalom számára, kiemelve a kiskereskedelem jellegzetességeit. A könyv felépítése logikus és megfelel egy tudományos munka struktúrájának: tartalom, bevezetés, irodalmi áttekintés, a szerző saját kutatási eredményei, következtetések, irodalomjegyzék és melléklet. Kiemelendő a 450 szakirodalmi forrás, amire a szerző a kutatását alapozza.

Végezetül, ajánlom a könyvet diákok, kutatók és a kiskereskedelem területén dolgozó gyakorlati szakemberek figyelmébe.

Csaba László: Crisis in economics
– könyvrecenzió –

VINCZE MÁRIA[1] – NAGY BÁLINT ZSOLT[2]

Dr. Csaba László közgazdász, akadémikus, egyetemi tanár legújabb, angol nyelvű könyve, a *Crisis in economics* (Válságban a közgazdaságtan) meglehetősen turbulens korszakban látott napvilágot, amikor a pénzügyi világból kirobbanó globális válság a reálgazdaság csaknem minden szeletén keresztül immár a költségvetési és monetáris szférában is igen erősen érezteti hatását, különösen Európa-szerte. Ebből a szempontból is kihívó vállalkozás tanulságokat levonó könyvet írni, hiszen csaknem nap mint nap olyan, teljesen előreláthatatlan gazdasági fordulatoknak lehetünk tanúi amelyek gyökerestül felforgatják korábbi ismereteinket, paradigmáinkat.

A könyv négy részre tagolódik, amelyek további fejezetekre bomlanak.

Az első részben a szerző jelentős lépéseket tesz annak igazolására, hogy napjaink himéra-szerű, sokfejű válságának gazdaságelméleti és eszmetörténeti gyökerei korántsem elhanyagolhatók. A gazdaságelmélet válságának elsőszámú oka Csaba László szerint egy túlságosan megmerevedett feltételrendszer, amely a valós gazdasági folyamatokat a tiszta newtoni mechanikához hasonló determinisztikus modellekkel igyekszik leírni.

A szerző részletesen górcső alá veszi a gazdaságelméleti iskolák bebástyázott főáramlatának (az úgynevezett ortodoxiának) az alappilléreit, nevezetesen a racionális várakozások és a hatékony piac paradigmáját, a walrasi általános egyensúly feltételezését, az úgynevezett technicizmust, vagyis a matematikai-ökonometriai módszertani apparátust.

Ezekből az alapfeltételekből kiindulva a szerző bizonyítja, hogy a

[1] Egyetemi tanár, Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi kar

[2] Egyetemi adjunktus, Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi kar

gazdaságelméleti válság főbb összetevői a módszertani részrehajlás – amelynek következtében korábban jelen levő, nem csupán kvantitatív kifejezésmódot alkalmazó elméleti iskolák (pl. institucionalizmus) méltánytalanul háttérbe szorultak –, illetve a gazdaságelmélet- és gyakorlat közötti növekvő szakadék, amely egyenes következménye a matematikai-ökonometriai módszertani apparátus monopolizálódásának és gyakran öncélúvá válásának.

A fejezetet a szerző egy, a kopernikuszi fordulathoz hasonló heterodox megújulás sürgetésével zárja, amelynek első jelei között említhető, hogy a gazdaságelmélet és az alkalmazott közgazdaságtan is egyre gyakrabban fordul más szakterületekről érkező szakemberek felé (pszichológia, matematika, fizika).

A második rész az átmeneti gazdaságok fejlődési pályáit elemzi átfogó szemléletmódban: az eltérő fejlődéspályákat nemcsak gazdasági, hanem társadalmi, politikai és kulturális paraméterekkel is körbeírja.

A fejezet egyik legfontosabb mondanivalója olvasatunkban, hogy nem létezik egyetlen, jól meghatározott optimális fejlődési pálya sem az átmeneti gazdaságok, sem a fejlett, monetáris uniós tagállamok számára.

Ugyancsak jelentőségteljes az a következtetés is, amely szerint hibás az átmeneti gazdaságokat végérvényesen egy-egy csoportba beskatulyázni. A szerző számos példát ad arra, hogy ezen – többnyire gazdasági és földrajzi paraméterek szerint elkülönített – csoportok között jelentős átjárhatóság érvényesül (pl. Szlovákia már nem tekinthető a visegrádi csoporthoz tartozó országnak).

A szerző négy országcsoportot különböztet meg és elemez: a három visegrádi ország és Szlovénia; a Baltikum és Szlovákia; Dél-kelet Európa; Független Államok Közössége.

A következő, harmadik rész aggasztó jelenségre, egy újfajta közép-európai populizmus kifejlődésére és elterjedésére hívja fel a figyelmet. Ebben a részben a meghatározó kérdés az, hogy mivel magyarázható a közép-európai államok kisiklása vagy legalábbis lelassulása az egyértelmű transzformációs sikertörténetként elkönyvelhető '90-es évek után. Ennek a folyamatnak a legegyértelműbb megnyilatkozása a közös európai pénznem bevezetésének halogatása. Habár a közép-európai gazdaságok fejlődéspályája jelentősen különböző, a lelassulás közös gyökerei-

ként a szerző elsősorban a strukturális reformok elhalasztását, az akkumulálódó pénzügyi egyensúlytalanságokkal szembeni tétlenséget és nem utolsósorban egy hamis biztonságérzet és elkényelmesedés kifejlődését jelöli meg, amely az uniós csatlakozást követően hatalmasodott el az új tagállamokon.

Az Európaizálódás elmélete című részben a szerző újszerű módon közelíti meg a témát: a keleti bővítés kapcsán vizsgálja azokat a változásokat, amelyek egyrészt az újonnan csatlakozott országokban, másrészt a régi tagországokban lezajlottak, illetve, amelyek elméletileg várhatóak lettek volna, de mégsem következtek be – ezek okait elemzi is. Esettanulmányként a Magyarországon bekövetkezett, illetve különösen az elmaradt reformokat ismerteti, ezzel illusztrálva általános elméleti megközelítéseit. A szerző érdeme, hogy viszonylag kiegyensúlyozottan, elméletileg megalapozottan tárgyalja az új tagországok és az EU egészének mulasztásait és eredményeit, a csatlakozás utáni időszak hibáit. Kiemelten vizsgálja a strukturális reformok elmaradásának okait, valamint azt, hogy az egységes valuta bevezetése miért késik olyan kis, nyílt gazdaságok esetében, mint például Magyarország, amelyben a gazdasági stabilitás egyik fontos eszköze lehetne a közös valuta.

A szerző előbb arra a kérdésre keresi a választ, hogy a keleti bővítés nem volt-e túl korai, majd az EU jelenlegi helyzetét és jövőbeli kilátásait elemzi, végül pedig a gazdasági átalakulás és az „európaizálódási" folyamat közti kapcsolatot írja le az új politikai gazdaságtan nézőpontjából.

A könyv negyedik, befejező része a fenntartható gazdasági növekedés és jólét elméleti megalapozását adja: a szerző gazdaságelméleti válaszokat fogalmaz meg az új, változó közpolitikákkal kapcsolatban. A bővítés időzítésével kapcsolatos kérdés azért merült fel, mert elmaradtak azok a strukturális reformok, amelyek racionálisan – elméletileg – elvárhatóak lettek volna mind az újonnan csatlakozott országokban, mind az EU egészében.

A szerző hangsúlyozza, hogy az új tagországok esetében az európai integráció elvárt pozitív hatásai csak akkor érvényesülhettek volna igazán, ha megvalósult volna az egységes piacba való szerves integrálódás, ha bevezették volna az egységes valutát, ha alkalmazták volna a Lisszaboni stratégia hosszú távú célkitűzéseit a társadalmi, technológiai és

környezetfejlesztés vonatkozásában, és nem csak a rövidtávú újraelosztás szempontjai lettek volna meghatározó jellegűek.

Másrészt az új tagországok esetén az a politikai motiváció, hogy „jó európainak" tűnjenek, ösztönzést jelenthetett volna a harmadik generációs reformok bevezetésére (a jóléti állam megreformálására, elsősorban a nyugdíjrendszer vonatkozásában, az idősek egészségügyi ellátása és az oktatás terén, valamint az önkormányzati reformokra vonatkozóan), amelyek szükségesek lennének a tartós növekedés eléréséhez.

Nyilvánvaló, hogy az Európai Uniós csatlakozás mélyreható változást jelent. Történelmi megközelítésben egy jelentős siker, geopolitikai szempontból a nyugati államok közösségéhez való újracsatlakozást jelenti politikai, gazdasági és társadalmi vonatkozásban egyaránt, és végül, de nem utolsó sorban lényeges, hogy az új tagországok részt vesznek az Uniós szintű politikai koordinációban. Ez nagymértekben hozzájárul a különböző közpolitikák minőségének javításához, elsősorban a környezet és a társadalompolitika terén.

A csatlakozás nyújtotta potenciális lehetőségek kihasználása helyett azonban a mindennapi politikai csatározások váltak jellemzővé, a pénzügyi transzferek alakulására való összpontosítás, pedig ez makroökonómiai szempontból valójában jelentéktelen összeg.

A várakozások ellenére az EU-hoz való csatlakozás nem eredményezte a volt keleti tömb országaiban a decentralizáció megvalósítását, a költségvetési fegyelem erősítését és nem vezetett szakszerűbb probléma felvetésekhez sem, ami az előző bővítések esetében jórészt megvalósult a csatlakozó országokban. Ennek a kisiklásnak a magyarázatát keresi és adja meg a szerző, utalva a csatlakozó országok és a fogadó EU-s országok hibáira, példázva azt a Magyarországi helyzet jellegzetességeivel.

Nehezen érthető, különösen az alacsony szintű gazdasági kultúra mellett, ami a keleti tömb országait jellemezte, hogy a fiskális konszolidáció nem jelent feltétlenül termelés- és foglalkoztatás csökkenést, amitől természetesen féltek a politikai döntéshozók.

A keleti bővítés időszakában nem csak az újonnan csatlakozott országokban lassult le a strukturális átalakulás, de az EU egésze keretében is intézményi, politikai válság jelei mutatkoztak. A Delors-Mitterand-Kohl időszak integrációmélyítési és -bővítési projektjei lezárultak anél-

kül, hogy a XXI. század elejére hasonló, nagyszabású terv, az Unió további fejlesztési víziója kialakult volna. Az integrációs dinamizmus kifulladását jelezte a szolgáltatási piac liberalizációjának kezdeti ellenzése, valamint a 2007–2013-es időszak pénzügyi keretének kialakítása körüli csatározás, például az új tagországok ellenállása a Közös Agrárpolitika megreformálása vonatkozásában. A szerző meggyőzően érvel amellett, hogy az Uniós tagság fő hozadéka az EU-s döntéshozatalban való részvétel, és kevésbé a Közös Agrárpolitikai támogatások vagy a Strukturális Alapokhoz való hozzáférés lehetősége.

Az V. fejezet címében megfogalmazott kérdésre, hogy nem volt-e túl korai, elsietett a keleti bővítés, a választ több nézőpontból közelíti a szerző. Tény, hogy a csatlakozási folyamat eredményezett ugyan egy formális makroökonómiai közelítést az EU/EMU standardokhoz a kelet-közép európai országokban, de ez kevés volt ahhoz, hogy a szükséges belső intézményi és strukturális reformokat megvalósítsák a csatlakozás utáni időszakban. A régi tagországok optimistának bizonyultak, amikor feltételezték, hogy a csatlakozást önmegvalósító módon követik a belső reformok, valamint a költségvetési egyensúly fenntartására való törekvés: ehelyett egy populista kisiklás következett be az új tagországokban. Ebből a nézőpontból a csatlakozást túl korainak lehet tekinteni.

Fontos következtetése a szerzőnek, hogy a keleti bővítés az alapvető reformok meghozatala nélkül lényegében az EU egészének válságát erősíti, mélyíti, és nemcsak hosszabbítja a kilábalás folyamatát, de pénzügyileg-, társadalmilag is költségesebbé teszi.

Különösen a monetáris unióba való belépés terén való késlekedést tekinti negatív folyamatnak a szerző, hangsúlyozván, hogy ezt nem kompenzáljak a nem-gazdasági területeken elért eredmények, így a harmonizációs törvények meghozatala, a korrupcióellenes fellépés, a jelentősebb pénzügyi forrásallokáció a K+F-re és a környezetvédelemre, vagy a több és jobb munkahely teremtésére irányuló erőfeszítések.

A régi tagországok egyes politikusainál is jelentkezett, de az új tagországok esetében még inkább jellemző a nemzeti érdekek populista védelme a brüsszeli bürokráciával szemben. Ez is bizonyítja, hogy az újonnan csatlakozott országok politikusai éretlenek még a hosszú távú kooperatív játékra, márpedig csak ez vezethetne tartós eredményekre.

Ezt jelzi, hogy az új tagországok átvették ugyan formálisan az Uniós szabályozást, de ennek valódi lényegét még nem tudták internalizálni. Ha az újonnan csatlakozott országok nem képesek arra a „pezsdítő" szerepre, amelyet feltételeztek róluk, annak kihatása lehet az EU egészének jövőjére is. Egyrészt feltevődik a kérdés, hogy az EU mennyire lesz képes a türelmetlen és válság-hajlamos belső perifériájának kezelésére, a szükséges reformok bevezetésének „ösztönzésére"? Másrészt kérdés, hogy miképpen járulnak majd hozzá az új tagországok az EU reformjához, milyen lesz a hozzáállásuk a kritikus problémákhoz a 2014–2020-as időszakra?

A VI. fejezet az EU jelenlegi állapotát elemzi, és arra a kérdésre keresi a választ, hogy lesz-e valódi újjászületés vagy pedig folytatódik a problémák szőnyeg alá seprése? A szerző megállapítása, hogy az EU képes volt sikeresen menedzselni három, egymástól lényegesen különböző bővítési folyamatot, és optimista annak megítélésében is, hogy az EU képes a sokszínűség kezelésére.

Az EU stagnálása a szerző értelmezésében az integráció mélyítésének ismételt kísérletei sikertelenségében nyilvánul meg. A felerősödő euro-szkepticizmus meggondolkoztató, szem előtt tartva azt a tényt, hogy 1999–2008 között kedvező gazdasági növekedés volt jellemző. A szerző több nézőpontból is elemzi azt a közkeletű megállapítást, hogy az EU válságban van, és bár tény, hogy a Lisszaboni stratégia egyes ambíciós elvárásai nem valósultak meg, de egyéb vonatkozásokban volt előrelépés, tehát lényegében a tények nem igazolták a speciális EU-s válsághelyzetet. Hangsúlyozza ugyanakkor, hogy az agrárpolitika és a regionális politika újragondolásra, reformra szorul.

A kötet VII. fejezete az EU jövőjét taglalja. Az optimista szcenárió szerint az EU-s politikáknak a jövőben a versenyképességre, a környezetvédelemre, a jog- és belbiztonságra, valamint a kül- és biztonságpolitikára kellene helyezniük a hangsúlyt, és kevésbé a tradicionális agrár-, illetve regionális politikákra.

Figyelemre méltó a szerző értékelése az új Lisszaboni Szerződésről, amelyet fontosnak ítél, de ugyanakkor hangsúlyozza a gyengéit is. Kiemeli a nagy ívű vízió hiányát, mint amilyen például az egységes piac vagy az egységes monetáris politika bevezetésének menetrendje volt.

A 2014–2020-as időszak pénzügyi kereteinek kidolgozása már folyamatban van, ezzel kapcsolatban is elgondolkoztató véleményeket fogalmaz meg a szerző „europer" nézőpontból, kiemelten a közös agrárpolitika, az egységes piac valamint a közös kül- es biztonságpolitika jövője vonatkozásában.

Magyarország örökös vesztes-e? – teszi fel és válaszolja meg a kérdést a szerző a következőkben, pontszerűen felsorolva azokat a tényezőket, amelyek nyertessé tehetnék hosszú távon az országot. Hasonlóképpen elgondolkodtató annak a témának a kifejtése, amely az Európai Egyesült Államok, vagy visszacsúszás a szabadkereskedelmi zóna szintjére? kérdés köré épül.

A VII. fejezet, Gazdasági átalakulás és az európaizálódás folyamata címmel az új politikai gazdaságtan nézőpontjából próbálja meg összekötni az európai integráció és a gazdasági átalakulás folyamatait, mint egy „kísérlet" eredményeit. A jól megszerkesztett fejezetben az olvasó választ kap arra a kérdésre, hogy melyek azok a gazdasági-társadalmi területek (jogrendszer, monetáris- és fiskális politika stb.), amelyeket jelentősen befolyásolhat az európaizálódási folyamat előrehaladása.

A könyv utolsó részében a fenntartható gazdasági fejlődés és a jólét irányába való elmozdulás problémakörét elemzi a szerző, mintegy összefoglalásképpen. Ennek bevezetésként szintetizálja a politikai válság gazdaságelméletre gyakorolt hatásait. A fejlődés nézőpontjából elemzi, hogy mi az, ami jól átgondolt és végrehajtott közpolitikákkal elérhető egy demokratikus rendszerben. Az egyik legnagyobb rejtély, hogy miközben a technológiai fejlődés terén jelentős előrehaladás valósult meg, ugyanakkor a társadalmi-gazdasági egyenlőtlenség fokozódott világszerte, és jelenleg milliárdos nagyságrendű a szegények száma. A növekedés alatt nem elég csak a nagyobb mennyiséget érteni, hanem az elosztás szempontját is, valamint a szabad választás lehetőségét. Az „osztott növekedés" globális fogalom, amelyet európai szinten is alkalmazni kellene. A volt szocialista államok átalakulási folyamata is igazolja, hogy a növekedés nem feltétlenül jelent méltányosságot is.

A szerző számos fogalom új értelmezését adja, így ír az erőforrás „átkáról", a komparatív gazdasági rendszer elméletének változásairól, a „jó irányítás" növekvő fontosságáról, a kisvállalkozási szektor idealizá-

lásáról, az oktatás-nevelés szerepéről a hosszabb távra szóló felkészítés vonatkozásában stb.

A reformfolyamat folytatásával kapcsolatban kiemeli annak szükségességét, hogy a társadalmi erők közti bizalom légköre kialakuljon, hogy a folytonos dialógus, az átláthatóság jellemezze a tárgyalásokat. Újjá kell éleszteni a reformok iránti elkötelezettséget, aminek első lépése a szakmai konszenzus kialakítása kellene, hogy legyen. A közpolitikák vonatkozásában a szerző felsorolja a legfontosabb teendőket, részletezve, konkretizálva a feladatokat. Alapvetően fontosnak tekinti a kisvállalkozások támogatását, az oktatási rendszer átszervezését, a társadalmi újraosztási rendszerek átszabását, a nyugdíjrendszer további privatizálását, az egészségügyi ellátási rendszer átalakítását, a versenypolitika hatékony működését az egységes európai piacon, a regionális megközelítések alkalmazását.

A gazdaságelmélet általában a hosszú távú fejlődést vizsgálja és a növekedésnél szélesebb, átfogóbb fogalmakkal operál. Célkitűzése azoknak a feltételeknek a kijelölése, amelyek a humán fejlődés mutatóit, a jólétet, a hosszú és minőségi életet, a környezeti és a társadalmi fenntarthatóságot biztosítják. Nem tekinti naivitásnak a szerző a felhívást a hosszabb távra való tervezéshez, az érték-alapú és nem az érdek-alapú megközelítéshez. A szerző, kiemelve a szélesebb politikai gazdaságtani megközelítés fontosságát, a könyvében leírtakkal igazolja, hogy az új kihívások új válaszokat igényelnek mind az akadémiai körök, mind pedig a politika „csinálói" részéről.

Egy könyvismertető csak figyelemfelkeltő szereppel bír, és semmiképp sem képes átfogó képet nyújtani a könyv tartalmáról. A 223 oldal elolvasása sokak számára élményszerű lesz, mert a megélt valóságot és annak elméleti szintézisét tükrözi a szerző munkája. Külön érdeme, hogy nem csak a múlt és jelen leírását adja, hanem jövőbe való kitekintést is. Nem álltatjuk azzal a kedves olvasót, hogy könnyű, pihentető olvasmányt ajánlunk, de azt elmondhatjuk, hogy sokat lehet tanulni a könyvből: az elmúlt két évtized történéseit új megközelítésben ismerhetjük meg.

Gazdasági események

Kínai magyarázkodás

Visszautasította a kínai miniszterelnök, hogy országában romlott volna a befektetési környezet a külföldi vállalatok számára, és további befektetésekre ösztökélte a külföldi cégeket Hszianban, ahol vendégével, Angela Merkel német kancellárral üzletemberek kereskedelmi szemináriumán vett részt.

Kína tartja magát a nyitás politikájához – húzta alá Ven Csia-pao kínai kormányfő, miután igaztalannak nevezte azokat az állításokat, amelyek szerint az utóbbi időben romlott volna a befektetési környezet Kínában. Jürgen Hambrecht, a német BASF igazgatótanácsa elnökének kérdése azt a viszonylag széles körben megfogalmazódott aggodalmat tükrözte, miszerint az állami megrendeléseknél a hazai vállalatok fejlesztéseit kívánják előnyben részesíteni. A külföldi befektetés nem áramlik abba az országba, ahol romlik a környezet – jegyezte meg a kínai miniszterelnök, aki hozzátette, hogy Kínát a viszonylag jó infrastruktúra és a stabil piaci körülmények jellemzik. Kijelentette, hogy továbbra is várják a külföldi beruházókat, és a külföldi vállatoknak a hazaiakkal azonos elbánást ígért.

A kínai kereskedelmi tárca idei első féléves adatai szerint a külföldi tőke-befektetések (FDI) állománya közel húsz százalékkal bővült: a kínai piac csak júniusban 12,51 milliárd amerikai dollárt vonzott, majdnem 40 százalékkal többet, mint egy évvel korábban.

A kereskedelmi szemináriumra a délnyugat-kínai Senhszi tartomány székhelyén, Hszianban, a német kancellár hivatalos kínai útjának második állomásán került sor. A német üzleti delegáció több milliárd dolláros megállapodásokat írt alá, a látogatás alkalmával összesen tíz szerződést szentesítettek. Kína és Németország együttműködése új kezdet előtt áll – jegyezte meg Ven Csia-pao Hszianban, ahol a kínai és a német kormány feje együtt felkereste a kínai–német Siemens Signalling Company Ltd céget.

Koszovó fejlődni akar

A Nemzetközi Valutaalap (IMF) 2009. júniusban, a 186. tagjaként vette fel Koszovót – amely 2008. februárban nyilvánította ki függetlenségét. Az IMF idén másfél évre szóló, 108,9 millió eurós hitel-megállapodást kötött Koszovóval. Az első, 22,1 milliós részlethez Pristina azonnal hozzájut, az összeg fennmaradó részét az időszakos felülvizsgálatok függvényében veheti fel. A Koszovónak nyújtott készenléti hitel az államháztartás stabilizálására hozott intézkedések, megvalósítását szolgálja. A közkiadások az első koszovói autópálya tervezett megépítése miatt emelkednek az idén. Koszovót kevéssé érintette a gazdasági válság, bruttó hazai terméke (GDP) 4 százalékkal nőtt tavaly, míg 2008-ban 5,4 százalékos volt a gazdasági növekedés.

Számítástechnikával lépést tartó bűnözők

A More Than brit biztosítótársaság által készített felmérésből kiderül: a betörők egyik legfontosabb információszerzési forrása az Interneten megtalálható közösségi oldalak sokasága, amelyeken a felhasználók többsége a következményekbe bele sem gondolva adja meg lakcímét és aktuális tartózkodási helyét.

A felmérés során olyan volt bűnözőket kérdeztek meg, akik a börtön hatására átnevelődtek, mondhatni „jó útra tértek." Az egyikük például elmondta: „korábban csak a tejesembertől, vagy a postástól lehetett információkat megtudni arról, hogy éppen ki és mikor nyaral, vagy általában melyik napszakban nem tartózkodik otthon. Az Internet korában azonban sokkal egyszerűbb az információszerzés, mert az emberek szinte mindent elárulnak magukról."

A beszélgetések alkalmával kiderült: a betörők igencsak felkészülnek az általuk kiszemelt áldozatok szokásaiból, de a kiszemelt házak felépítéséről és mindazon szerkezetek működéséről is tájékozódnak, amelyek esetleg a betörést megakadályozhatnák. A megkérdezett betörők 68 százaléka mondta, hogy a betörés elkövetése előtt információt gyűjt a kiszemelt lakásban élők napi tevékenységeiről, 12 százalék pedig a közösségi portálokon szerezte be a szükséges adatokat.

Az is bebizonyosodott, hogy a számítástechnikához is jobban értő bűnözők körében az Internetes információgyűjtés is sokkal fontosabb le-

het, miután a Facebook két évvel ezelőtt még csupán 100 millió felhasználóval rendelkezett, manapság viszont a világ legnépszerűbb közösségi oldalaként több mint félmilliárd felhasználóval büszkélkedhet.

Emelkedhet a búza ára

A chicagói árutőzsdén a búza határidős jegyzése 8,41 dollár volt, míg július elején még csak 4,75 dollárt kértek a kereskedők vékánként. Ez is mutatja: a búza világpiacán 1973 óta nem látott mértékben emelkedtek az árak júliusban. Ennek alapján állíthatjuk: a liszt drágulása szinte elkerülhetetlen. A drágulásnak több, egymást erősítő oka is van: a globális búzatermés a vártnál alacsonyabb lett, ami automatikusan emeli az árat, de az árupiacra menekülő pénzügyi befektetők is kihasználták a lehetőséget, és az oroszországi időjárási problémákat meglovagolva igyekeznek felhajtani a búza árát.

A fogyasztók számára az is sajnálatos, hogy szárazság sújtja a búzaexport gócpontjának számító fekete-tengeri térség másik két nagy búzatermelőjét, Ukrajnát és Kazahsztánt is, ami szintén az árak emelkedéséhez járul hozzá. A Kommerszant című lap szerint az orosz vezetés csütörtökön felszólította vámuniós partnereit, Fehér-Oroszországot és Kazahsztánt is, hogy szintén tiltsák be a gabonaexportot. A Vlagyimir Putyin kormányfő által elrendelt orosz tilalom az augusztus 15. és december 31. közötti időszakra szól, a tervezett export mintegy fele erre az időszakra esett volna.

Globális szinten sokat javít a képen, hogy az Egyesült Államok az elmúlt két évtized legjobb búzatermését aratta, a tengerentúlon elemzők szerint annyi búzatartalék van, hogy nemigen lehet hiány a világon. Az Egyesült Államok mezőgazdasági minisztériuma szerint a globális búzatartalék 2011 végére elérheti a 187 millió metrikus tonnát (egy metrikus tonna egy köbméter víz súlyának felel meg), ami 40 százalékkal több, mint 3 évvel ezelőtt. Szakértők szerint így a jelenlegi búzaár-emelkedés inkább hiszti.

Ebből az is következik, hogy most sok a vevő a búza piacán, hisz a short pozíciók zárása technikai értelemben vásárlást jelent. Az árak így elindultak felfele, az eladóknak pedig természetesen az az érdekük, hogy minél inkább felhajtsák az árakat, amit az oroszországi időjárási anomáliákkal indokolni is tudnak.

A szakértők által emlegetett hiszti ebben az esetben abból adódhat, hogy számos nagy befektetési alap a vártnál jobb amerikai búzatermés miatt az árfolyamesésre játszva ún. rövid (short) pozíciókat alakított ki, vagyis drágán eladták előre a búzát, hogy a jövőbeli áresésre apellálva, majd olcsón visszavásárolják azt – a kettő különbségét pedig zsebre tegyék.

A spekuláció hazai nagymesterei ilyen lehetőséget nem fognak kihagyni. Ezért biztosra vehető a liszt árának emelkedése, ami maga után vonja majd a péktermékek árának emelkedését is.

Hitelezés és forráshoz jutás gazdasági válság idején

Az RMKT társszervezőként vett részt június 21-én a Kolozsvári Magyar Főkonzulátus és a Kárpátia Magyar-Román Kereskedelmi és Iparkamara által rendezett *Hitelezés és forráshoz jutás gazdasági válság idején* című kerekasztal beszélgetésen.

Az esemény szervezését Szilágyi Mátyás főkonzul és a konzulátus több munkatársa vállalta magára. A meghívottak között jelentős üzleti sikereket elért vállalkozók, egyetemi tanárok, értelmiségiek, egyházi személyek és újságírók voltak. Felvezető beszédében Szilágyi Mátyás főkonzul hangsúlyozta a téma fontosságát, mint mondta: ez ösztönözte őket arra, hogy az eseményt nem csak szimpátiával fogadják, hanem azzal a potenciállal is támogassák, amellyel a Kolozsvári Magyar Főkonzulátus rendelkezik.

Az első előadó Radetzky Jenő, a Kárpátia Magyar-Román Kereskedelmi és Iparkamara tiszteletbeli elnöke volt, aki szerint van földrajzi és gazdasági mozgástér. Az új magyar gazdaságpolitika új koncepciót dolgozott ki: a Kárpát-medencei gazdasági térben való mozgás lehetősége a gazdasági szereplőknek. A Kárpát-medence új gazdasági lehetőséget biztosít, amely a magyar cégek számára létkérdés.

Mind a magyar, mind a román gazdaság duális jellegű, mert a nemzetközi és a nemzeti tőkére egyaránt épül. A ’90-es években szükség volt arra, hogy a multinacionális cégek létre jöjjenek, ami a külföldi tőke behozatalát is jelentette. De szerkezetváltásban kell gondolkodni, ami ebben az összefüggésben a kisvállalkozásoknak a megerősítését jelenti. A kis- és középvállalatok fontos szerepet játszanak a gazdasági életben,

mert az összfoglalkoztatottak 70 százalékának biztosítanak munkahelyet, és az össznyereség legalább 40 százalékát ők állítják elő. Tehát szükség van támogatásukra, és növelni kell termelőképességüket.

A duális gazdaságban erős multinacionális tőke és kisebb értékű nemzeti tőke van. Radetzky szerinte előnyösebb lenne, ha a Kárpát-medencében a kisvállalkozások regionális nagy vállatokká válnának.

Dr. Juhász Jácint, a BBTE Közgazdaság és Gazdálkodástudományi karának dékán-helyettese *A finanszírozás tervezése a kis és közép vállalatok számára* címmel tartott előadásában elemzi, hogyan kíséri az értékteremtő folyamatot a finanszírozás. Bemutatta a vállalatok beindításának problémáit, majd a hitelfelvétellel jelentkező gondokat taglalta, és bemutatta azt is, miért van szükség a vállatok tevékenységének újragondolására.

Kezdetben a vállalkozás beindítása saját tőkére épül és rövid lejáratú hitelekre, felhasználja a családi megtakarítást és a három F-et (family, friends, fools, azaz magyar fordításban: család, barátok és bolondok támogatását). Már az első három év után jelentkezik az a tendencia, hogy a három F tartalék kimerül, és marad csak a belső tartalék. A saját tőke felhasználásának előnye, hogy nem igényel adminisztrációt, adminisztrációs költséget, viszont magas a kockázat és alacsony az életben maradás. Átgondolt hitelfelvételre van szükség. Sok esetben nincsenek kellő képen átgondolva a forrás felhasználásával kapcsolatos problémák, és átgondolatlan hitelfelvétel valósul meg. Ez az átgondolatlanság annak tudható be, hogy a vállalkozó nem rendelkezik megfelelő gazdasági, illetve pénzügyi kultúrával. Szükséges, hogy a források és eszközök lejáratát összehangolják.

A vállalati finanszírozás első szabálya a hüvelykujj szabály, ami azt jelenti, hogy a forrás és a felhasználás arányos kell, hogy legyen. A hüvelykujj szabály nem kér magas pénzügyi ismereteket – mondta az előadó, aki szerint az első hitelfelvétel akkor történik, amikor a vállalkozó kénytelen közép- vagy hosszútávra hitelt felvenni. Ekkor szükséges az üzleti terv kidolgozása: újra kell gondolni a vállalat tevékenységét. Mi a piaci elvárás, és hol fogják értékesíteni terméküket? Pontosan meg kell fogalmazni azokat a szándékokat, amelyeket a jövőben betartanak, és figyelembe kell venni az adminisztrációs költségek megjelenését is.

Hitelfelvételnél be kell mutatni az üzleti tervet, a likviditást, és azt a piaci szegmentumot, ahol tevékenységüket kifejtik. A finanszírozás második szabálya: a hitel törlesztő részlete nem haladhatja meg az amortizációt, a belőle finanszírozott álló eszközök érték csökkenését.

Az előadás egyik nagyon figyelemre méltó része volt, amikor az előadó azokról a buktatókról beszélt, amelyekbe a vállalkozók beleütköznek. A vállalat nincs felkészülve hitelre, mert nincs hosszú távú finanszírozási terve. Megfigyelhető a pénzügyi kultúra hiánya miatt, hogy sokan olyan hiteleket vesznek fel, amelyek nem felelnek meg a vállalatnak, ami azt jelzi, hogy átgondolatlan a hitel felvételi taktikája. A finanszírozási terv kidolgozásánál a hosszú távú koncepciót, de a jelent is figyelembe kell venni, továbbá azt, hogy a vállalatok bővítése, növekedése nem folyamatos. Finanszírozási terv esetében a saját tőkét kiegészítik az úgynevezett üzleti angyalok, a kockázati társaságok és végső soron a nyilvános kibocsátás.

Ljubicics Gábor, az OTP Bank Románia vezérigazgatója előadásában elmondta: a bankok a válság idején olyan tapasztalatokat szereztek, amelyek azelőtt nem fordultak elő. A résztvevők megtudhatták, hogy az OTP milyen megoldásokat alkalmaz a cégek illetve a lakosság hitelezése során.

Ha az állam mozgástere szűkül, akkor a cégek és az állampolgárok mozgástere is csökken – mondta a vezérigazgató. A cégeknek levegőre van szükségük, ezért kezdeményezték a meglevő hitelek átütemezését, a régebbi, rövid távú hiteleknek középtávú hitelekké való átalakítását. A költségcsökkentés érdekében a bankfiókok számát csökkentették: optimumot kell találni a költség és a bevétel között. A cégek nagy része nem beruházási hiteleket keres. A felelősséget átveszi a bank azáltal, hogy fix kamatozású hitelt ajánl: ez kiszámíthatóbbá teszi a vállalatok tevékenységét, a törlesztést. Az OTP arra törekszik, hogy kiszámíthatóbb partnerkapcsolatot alakítson ki az ügyféllel.

A lakossággal kapcsolatban elhangzott: próbálnak segíteni azokon, akik túlvállalták magukat. Ezért olyan, az ügyfelet védő programot dolgoztak ki, amely lehetővé teszi a hitel visszafizetésének átütemezését. A banknak nem szabad arra törekednie, hogy a magánszemélyek lakását elárverezzék – mondta.

Széchi Kálmán RMKT-elnök *Hitelezés növekedésének irányvonalai és korlátai* címmel tartott előadásában kiemelte: a magánszektor hitelezése drasztikusan csökkent a több éves növekedés után. Egyesek azzal vádolták a bankokat, hogy a válság előidézői voltak. A hitelezést a kereslet és kínálat törvénye határozza meg – fejtette ki, majd elemezte azokat a tényezőket, amelyek befolyásolták a hitelezést (például a jövedelem csökkenése, munkanélküliség, a fogyasztói bizalom alacsony szintje, instabil politikai helyzet). A háztartások és a vállalatok óvatosabbá váltak a hitelfelvétellel kapcsolatban, de a bankok is megszigorították a hitelezési szabályokat, óvatosabbakká váltak. Megtudtuk: növekvő tendencia figyelhető meg a hátralékos hitelállományok esetében, ugyanakkor az előadó szerint valószínű a hitelfelvételek számának újbóli, lassú növekedése.

Romániai agrárgondok

Kolozsvári sajtótájékoztatóján a Szociáldemokrata Párt (PSD) Mezőgazdasági Szakosztályának vezetője, Victor Surdu parlamenti képviselő a román mezőgazdaság problémáit taglalta. Ennek keretében azt mondta el, hogy az EU-hoz való csatlakozási tárgyalások során nem fektettek megfelelő hangsúlyt a hazai mezőgazdasági támogatás problémájára, így ezzel kiderült a kormánynak a mezőgazdasággal szembeni érdektelensége.

A sajtótájékoztatót kísérő szakmai megbeszélésen számos mezőgazdasággal foglalkozó szakember vett részt az Észak-Nyugati Régióból. Elhangzott, hogy az EU-ban a gazdaságok 70%-át családi farmok alkotják, amelyek támogatást élveznek. Hazánkban ezt a tendenciát támogatni kellene – mondta Surdu, aki a tovább lépést abban látja, hogy meg kellene indítani az új típusú mezőgazdasági szövetkezetek létrehozását. Ezeknek felépítése különböző lenne a volt szocialista mezőgazdasági szövetkezetektől – tette hozzá.

A mezőgazdaságban az embereket két kérdés foglalkoztatja. a termék megtermelése és eladása. Véleménye szerint a romániai mezőgazdaság hanyatlása az EU-hoz való csatlakozás után következett be, és egyik oka, hogy más EU országokban ötször, de akár tízszer nagyobb támogatást élveznek a gazdák. Ennek következtében az infrastruktúrájuk is jobban kiépült, mint a hazai. Ennek ellenére az EU-ban mint egyenlő

felek versenyzünk velük. Mindez a rosszul lefolytatott tárgyalások eredménye, jelen pillanatban például Brüsszelben 82 szakemberünk kellene, hogy legyen, de ezzel szemben csak 4 van – mondta, kihangsúlyozva, hogy a csatlakozás alkalmával folytatott gyenge tárgyalások eredménye a mostani, katasztrófával határos hazai mezőgazdasági helyzet.

2000-től a soron levő kormányok felelősek a mostani helyzetért, amikor a piacra kerülő gyümölcs és zöldség 90%-át, a marhahúsnak 86%-át importáljuk. Az EU tagállamai közül Romániában a legkisebb a mezőgazdasági támogatás, hektáronként 81 euró – ezzel szemben például már a szomszédos Bulgáriában is hektáronként 176 euró.

Az Európai Bizottságban a hazai szakembereknek be kellene bizonyítaniuk, hogy távolról sem vagyunk egyenlő felek az EU-ban – vélte Surdu, aki szerint a mezőgazdaság problémáinak enyhítésére megoldás lenne, ha hazai vonatkozásban a családi farmok, kisgazdaságok hatható-sabb támogatásban részesülnének.

Az EU-s pénzügyi forrásokhoz való hozzájutás

Rendkívül fontos az ország számára a 30 milliárd euró összértékű EU-s alapok lehívása – nyilatkozta Andrei Marga, a Babeş-Bolyai Tudományegyetem rektora.

A Nemzetközi Valutaalap (FMI) képviselője közölte, hogy a román hatóságok a Brüsszel által Romániának biztosított pénzkészletnek csupán az 5%-át hívták le – emlékeztetett Marga, hozzátéve, hogy mindez negatív hatással van a gazdaságra nézve, és drasztikus következményekkel jár. Minden intézetnek kötelessége olyan projektek készítése, amely uniós forrásokhoz juttatja, ezáltal lehetővé válik a fejlődése – fogalmazott, majd példát is mutatott: 2009-ben a BBTE létrehozta az Európai Alapok Lehívásának Hivatalát, amelynek jelen pillanatban 48 projektje van, amelyből 22-t koordinál.

Figyelembe kell venni azt a tényt, hogy a kormány képtelen a programok társfinanszírozását biztosítani – tette hozzá a rektor, aki szerint országos szinten nincs olyan program, amely Románia fejlesztését irányozná elő. Ennek következtében is csökken az alapok lehívásának esélye, ugyanakkor a lehívások számos nehézségbe ütköznek – ezek okai a hatóságok inkompetenciája, a bürokrácia, a korrupció.

RMKT-hírek

Csíkszereda: Alternatív energiával megtöltött Közgazdász BorKlub

A második Közgazdász BorKlub szakmai előadója Bogos Zsolt volt, a Csíkszeredai Környezetvédelmi intézet kabinetfőnöke. A nagyszerű előadás *Megújuló energiaforrások Romániában* címet viselte. Majdnem mindannyian egyetérthetünk abban, hogy „nem lehet nem beszélni az alternatív energiaforrásokról". Az előrejelzések alapján, 2030-ra a mostani energiafogyasztás 50%-kal fog megnőni. Ezt a kereslet-növekedést pedig a kifogyóban lévő fosszilis anyagokkal képtelenség lefedni. Már 3 évvel ezelőtt felmerült egy új nézet, miszerint az energiaágazat fontos részét kell képezze a környezetvédelemnek, és ez jelenleg egyre nagyobb kihívást is jelent.

Ez előadásból kiderült, hogy a biodízeles megoldás kreatív ötlete mégsem bizonyul olyan jó elgondolásnak, hiszen ha a jelenlegi számokat vesszük alapul, 10 év múlva jelentős élelmiszer hiánnyal találkozunk, mert a termőföldek megtelnek a biodízel gyártásra alkalmas növényekkel.

Kolozsvár: Közgazdász BorKlub

Az augusztusi uborkaszezon-hangulat miatt a szervezők némileg aggódtak, hogy nem lesz elég résztvevője a BorKlubnak. Kellemes csalódás érte azonban őket: összesen 27 résztvevő jelentkezett. A *Bort, búzát, békességet* című előadást Jakab Zoltán, az East Grain igazgatója és társtulajdonosa tartotta, aki a napokban sokat emlegetett búza- és gabonakrízisre nyújtott viszonylag tiszta rálátást. Az érdekes előadást érdekes kérdések követték.

A szakmai rész után 5 kiváló bort kóstoltunk a Tenuta Odobeşti és a Rotenberg boraiból. A kellemes nyári estén a társaság jó későig elbeszélgetett, hisz mindenkinek jól esett találkozni a szabadságok időszaka miatti szünet után.

RIF–MATUR–RMKT sátor a Félszigeten

A Romániai Magyar Közgazdász Társaság Ifjúsági Frakciója (RIF) első alkalommal vett részt a 2010 augusztus 26–29. között megrendezett Félsziget Fesztiválon Marosvásárhelyen. A RIF közösen jelent meg a Marketing és Turizmus Szakkollégiummal (MATUR) a Félsziget Parkban. A 4 nap leforgása alatt a RIF bemutatkozott a Félsziget-lakóknak, és ismertette tevékenységét az érdeklődőknek.

A sátor programjai naponta 10 és 18 óra között zajlottak. A reggeli órákban lehetőséget adtunk a Félsziget-lakóknak, hogy friss gazdasági információhoz jussanak egy csésze kávé mellett. Délutánonként gazdasági társasjátékok (Monopoly, gazdasági Activity) és egyéb típusú játékok lebonyolításával kedveskedtünk az érdeklődőknek. Következtetésképpen elmondható, hogy sikeres volt a RIF bemutatkozója a Félszigeten, és mindenképp részt fogunk venni a jövőben is az eseményen, jobbnál jobb programokkal.

A XIX. Közgazdász Vándorgyűlés tervezett programja

Sepsiszentgyörgy, 2010. október 8–10.

Péntek

16:00-18:00 Regisztráció

18:00-19:30 Ünnepi közgyűlés

Elnöki köszöntő

Az év romániai magyar közgazdásza díj kiosztása

Érdemoklevelek kiosztása

19:30 Vacsora

Szombat

09:00-09:45 Köszöntők

09:45-10:30 **Plenáris előadás** – előadó: Kádár Béla, akadémikus (visszaigazolás alatt)

10:30-11:15 **Plenáris előadás** – Daniel Dăianu, egyetemi tanár, volt pénzügyminiszter (visszaigazolás alatt)

11:15-11:45 Kávészünet

11:45-12:30 **Plenáris előadás** – Juhász Jácint, egyetemi adjunktus, a Babeş-Bolyai Tudományegyetem Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának dékánhelyettese

12:30-13:15 **Plenáris előadás** – Borbély László, környezetvédelmi miniszter (visszaigazolás alatt)

13:15-14:00 **Plenáris előadás** – Török Ádám, akadémikus, egyetemi tanár: *A költségvetési politika a fenntartható növekedés szolgálatában*

14:00-15:00 Ebéd

15:30-18:00 **Szekcióülések**

I. szekció: A jövő üzletágai

Lőrincz Csilla, Környezetvédelmi Alap ügyvezetőségének igazgatója (visszaigazolás alatt)

Kurkó János, vállalkozó (visszaigazolás alatt)

Bánki Tamás, a www.bautrend.hu webtartalmának felelőse (visszaigazolás alatt)

II. szekció: Versenyképesség a XXI. Században

Csath Magdolna, egyetemi tanár: *Tudás- és innovációalapú versenyképesség*

Somlai-Fischer Ádám, a www.prezi.com alapítója

Székely Levente, senior auditor, Deloitte: *Versenyképesség - Merjünk ugrani?*

III. szekció: Foglalkoztatottság és munkaerő fejlesztés

Horváth Gyula, MTA Regionális Kutatások Központjának igazgatója

Pataki Csilla, HR fejlesztési tanácsadó és coach: *Az emberi erőforrás fejlesztés eredményessége és hatékonysága*

Elekes Tibor, egyetemi tanár (visszaigazolás alatt)

19:30-20:00 Vendégek fogadása

20:00 Ünnepi vacsora

Vasárnap

Vendégek hazautazása

A Román Nemzeti Bank hírei

– 2010 augusztus–szeptember –

• **2010 szeptember 10.: A fizetési mérleg és a külső államadósság – 2010 július**. A folyó fizetési mérleg hiánya 3797 millió euró, amely 38,5%-kal nagyobb az előző év azonos hónapjához képest. A folyó átutalások egyenlegének 32%-os csökkenése határozta meg ezt a növekedést. A közép- és hosszú távú adósság 7,3%-kal nőtt az előző év végéhez képest, a rövid távú adósság pedig 16,8%-kal.

• **2010 szeptember 9.: A 7/2010 havi statisztikai jelentés publikálása.**

• **2010 szeptember 5.: Mugur Isărescu, a RNB kormányzójának nyitóbeszéde** a „George Enescu" filharmónia gálakoncertjén a Román Athéneumban. Az eseményre az RNB alapításának 130. évfordulója kapcsán szervezett rendezvénysorozat keretében került sor.

• **2010 szeptember 4.: A *RNB 130 éve: a jövő felé tekintve*** című nemzetközi konferencia. Az eseményre az RNB alapításának 130. évfordulója kapcsán szervezett rendezvénysorozat keretében került sor.

• **2010 szeptember 1.: a nemzetközi tartalékok szintje 2010 augusztusában**. A RNB valutatartalékainak értéke 31 554 millió euró az előző havi 31 580 millió eurós szinthez képest. Az aranytartalék megmaradt a 103,7 tonnás szinten. Románia nemzetközi tartalékainak (valuták és arany) együttes értéke 2010 augusztus 31-én 34 798 millió euró volt.

• **2010 szeptember 1.: Az irányadó kamatláb szeptemberre évi 6,25%.**

• **2010 augusztus 25.: A nem kormányzati és nem banki ügyfelek betéteinek és hiteleinek területi megoszlása** – júliusi adatok.

• **2010 augusztus 25.: Az augusztusi konjunktúra-jelentés.**

• **2010 augusztus 24.: Jelentés a pénzügyi stabilitásról – 2010.**

• **2010 augusztus 24.: Monetáris mutatók – 2010 július.** A tágan értelmezett pénztömeg (M3) júniushoz képest 0,7%-kal csökkent (3,2%-kal reálértéken), 2009 júliusához képest pedig 6,0%-kal növekedett (-1% reálértéken). A nem kormányzati hitel 4,4%-kal nőtt (-2,5% reálértéken)

2009 júliusához képest. E növekedés mögött a lejbe átszámított valutakomponens 8,6%-os növekedése állt, valamint a lej-komponens 1,7%-os csökkenése.

• **2010 augusztus 13.: Ünnepi ezüstérme-kibocsátás** Ştefan Ciobătăraşu színész születésének 100. évfordulója alkalmából.

Forrás: www.bnr.ro
Összeállította: Nagy Bálint Zsolt

Rezumate

Viitorul Ungariei: bazat pe prognoze şi nu pe opinii ale experţilor

ERZSÉBET NOVÁKY

Studiul prezintă rezultatele unui proiect de cercetare, „Hungary 2025" sub egida Academiei de Ştiinţe din Ungaria, proiect derulat între 2007-2008. În studiu se utilizează trei dintre principiile metodologice ale studiilor de previziune: complexitatea, participativitatea şi alternativitatea. Sunt elaborate patru scenarii pornind de la opiniile generaţiei mileniului referitoare la viitor. Cercetarea conexiunilor dintre prognozele experţilor şi opiniile non-experţilor reprezintă o bază solidă pentru dezvoltarea unor alternative şi strategii pentru viitor pentru Ungaria orizontului 2025.

Cuvinte cheie: complexitate, participativitate, alternativitate, scenarii alternative

Coduri JEL: E60, C53

Etnocentrism economic şi consum etnic în rândul maghiarilor din Transilvania

ZSOMBOR CSATA – ATTILA DEÁK

O temă populară a sociologiei economice din ultimele decenii o constituie descrierea mechanismelor de cooperare economică în cadrul diferitelor grupuri etnice, a relaţiei între etnicitate şi comportamentul economic. În ciuda acestui fapt, cercetarea fenomenului în România este aproape inexistentă. În acest articol autorii prezintă câteva dintre aspectele etnice ale comportamentului economic al maghiarilor din Transilvania şi caută răspunsuri la următoarele întrebări: în ce măsură există etnocentrism economic în rândul maghiarilor din România, în care dintre situaţiile de tranzacţie se manifestă şi în cazul căror grupuri sociale este mai intens. Rezultatele ne demonstrează existenţa etnocentris-

mului economic în rândul maghiarilor şi ne arată că aceasta este legată de lipsa încrederii în români, intensitatea relaţiilor cu populaţia majoritară şi componenţa etnică a localităţii unde trăiesc.

Cuvinte cheie: etnocentrism economic, consum etic, sociologia consumului, încredere, economie morală, relaţii interetnice, România

Coduri JEL: A14, J15, Z13

Despre brandul de ţară al României

VANDA POÓSZ – ZSUZSA PÁL

În zilele noastre, imaginea unei ţări şi activităţile focalizate pentru îmbunătăţirea acesteia se bucură de o mare atenţie, dar în acelaşi timp rezultatele acestor activităţi sunt tratate sumar. Prezentul studiu nu-şi propune evaluarea acestor strategii de îmbunătăţire a imaginii existente, ci el îşi propune sintetizarea teoriei de specialitate pe care se poate baza o astfel de preocupare. Totodată prezintă rezultatele un studiu privind percepţia străinilor despre imaginea României. În prima parte a articolului, vom definii concepte ca imagine, imagine de ţară, brand de ţară, branding de ţară, precum şi dimensiunile acestor elemente. Imaginea unei ţări are consecinţe economice care se manifestă în mai multe direcţii: politica de turism, exportul, atragerea investiţiilor. Noi vom analiza imaginea formată în percepţia omului obişnuit. Această imagine are impact asupra cererii turistice şi acceptarea produselor de origine din ţara studiată.

Cuvinte cheie: imagine de ţară, brand de ţară, branding

Coduri JEL: M31, M37, M39

Abstracts

The future of Hungary based on experts' forecasts and not on experts' opinion

ERZSÉBET NOVÁKY

The study presents the results of the research project, „Hungary 2025" made on the request of the Hungarian Academy of Sciences, between 2007-2008. Three methodological principles of the modern futures studies, such as complexity, participativity, alternativity are used. Hopes and fears of experts are presented for some future-sensitive fields. Four scenarios are elaborated based on the opinions of millennium generation for the future. Searching the interconnention between experts' foresights and non experts' opinions gives a solid base for developing future alternatives and strategies for Hungary up to 2025.

Keywords: complexity, participativity, alternativity, alternative scenarios, future alternatives.

JEL codes: E60, C53

Economic Ethnocentrism and Ethnic Consumption among Hungarians in Transylvania

ZSOMBOR CSATA – ATTILA DEÁK

One of the popular topics of economic sociology in the last few decades is the economic cooperation among various ethnic groups, the relationship between ethnicity and economic behavior. However, research of this phenomenon is almost nonexistent in Romania. In this article the authors present some aspects of economic behavior of ethnic Hungarians in Transylvania and seek answers to the following questions: to what extent can we talk about economic ethnocentrism among Hungarians in Romania, in what type of economic transactions does it occur and which are the social groups where its presence is more intense. The results demonstrate the existence of eco-