

KARI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI
KONFERENCIA
TANULMÁNYKÖTET

*A hazai Tudományos Diákköri műhelyek és rendezvényeik támogatása
NTP-HHTDK-20-0065 azonosítószámú
„A TDK keretei között folyó tudományos kutatómunka népszerűsítése az EKE
GTK-n”
című pályázat keretében valósul meg.*

Eger, 2021.



EMBERI ERŐFORRÁS
TÁMOGATÁSKEZELŐ



EMBERI ERŐFORRÁSOK
MINISZTERIUMA



A Liceumi Paletta Különszáma

Szerkesztette:

Matiscsákné Lizák Marianna

Simon Leticia

Tánczos Tamás

ISSN 589-0147

TARTALOM

BÁN SZABINA	
Gazdasági fejlettség összefüggései a környezetterheléssel Magyarországon	5
BERZSÁK ESZTER	
Gamifikáció a HR területen	13
BOROS NIKOLETT	
Harmóniában a természettel és önmagunkkal – avagy a pozitív turizmus továbbgondolása	26
MOLNÁR ESZTER ZSUZSANNA	
Az önéletrajz kritériumai és jelentősége napjainkban	41
MOLNÁR MALOMHEGYI ZSUZSA	
A munkaerő-kölcsönzés trendjének vizsgálata napjainkban Magyarországon és az OMCO Hungary Kft. gyakorlatán keresztül	57
TUMPEK FANNI	
A fenntartható turizmus helyzetértékelése a Mátra-Bükk turisztikai térségben	73

GAZDASÁGI FEJLETTSÉG ÖSSZFÜGGÉSEI A KÖRNYEZETTERHELÉSSEL MAGYARORSZÁGON

BÁN SZABINA

Gazdálkodási és menedzsment BA, III. évfolyam

Témavezető:

Dr. Tánczos Tamás

egyetemi docens

Bevezetés

Jelen ITDK dolgozatom elején fontos kiemelnem, hogy ez a dolgozat egy kezdeti stádiumban lévő kutatás, még további vizsgálatokra van szükség a teljes tudományos munka felépítéséhez és eredmények feldolgozásához.

Tudományos munkám során a gazdasági fejlettség összefüggéseit vizsgálom a környezetterheléssel Magyarországon annak érdekében, hogy mélyebb betekintést nyerjek a gazdasági fejlettség és a környezetterhelés kapcsolatának megismerésére. Napjaink egyik kulcstémája a környezetszennyezés, hiszen a környezeti problémák egyre inkább súlyosbodnak. Ezekkel a problémákkal folyamatosan találkozhatunk az internetes forrásokban, a reklámok figyelemfelkeltő plakátjain és nem utolsósorban a televíziós csatornák híreiben egyaránt. Ezen környezeti problémák feltárása egyre több kutató figyelmét kelti fel, így a gazdasági és környezeti jelenségek összefüggéseinek elemzése már régóta áll a hazai és nemzetközi kutatások középpontjában. Kiemelendő kérdés, hogy a társadalmi-gazdasági térbeli egyenlőtlenségeket, a demográfia, a természeti adottságok, az infrastrukturális helyzetkép, az életszínvonal, a vonzáskörzet milyen mértékben befolyásolja. Évről évre jelentősebb a rurális térségek lemaradása, a falvak népességének elöregedése és elnéptelenedése, viszont még Magyarország gazdaságilag-társadalmilag elmaradott térségeiben (Nógrád, Heves és Borsod-Abaúj-Zemplén megye) is az országos átlaghoz képest fontos szerepe van az iparnak. Azonban az iparban keletkező hulladék megsemmisítésének módja a veszélyes hulladékégetőkben történik, amely során káros vegyületek is keletkezhetnek, így jelentős veszélynek kitéve környezetünket (Bodnár – Mannheim, 2012).

A témaválasztást a téma iránti érdeklődésem befolyásolta, ugyanis mindig foglalkoztatott a környezetterhelés témaköre, és az arra ható negatív tényezők vizsgálata. Napról napra egyre inkább felkelti az érdeklődésemet a gazdasági növekedéssel együtt járó externáliák, a környezet szennyezése és a természeti erőforrások felélése, azonban ezen problémák sürgető jelentősége csak az elmúlt években vált igazán nyilvánvalóvá. Sokak számára kifejezetten racionálisnak tűnt arra alapozni, hogy a gazdasági növekedéssel csak a kezdetekben jár együtt a növekvő környezeti terhelés, egy fordulóponthoz az ökológiai terhelés már egyre csökkenni fog. A valóságban azonban az utóbbi csupán részlegesen következett be (Van Alstine-Neumayer, 2010, 49-59.o.). Ennek okán dolgozatomban nagy hangsúlyt fektetek annak a kérdésnek, hogy hogyan befolyásolja a gazdasági fejlődés a környezetszennyezést, illetve milyen környezetkímélő technológiák elterjedése enyhítené a környezeti problémákat Magyarországon.

A kutatás célja, hipotézisek

Az intézményi TDK dolgozatomban egy nagy átfogó célkitűzésem került meghatározásra. Célom megvizsgálni Magyarország elmúlt 5 évében bekövetkező társadalmi és gazdasági fejlettség összefüggéseit a környezetterheléssel.

Az átfogó célkitűzés megválaszolásához az alábbi kutatási kérdések kerültek azonosításra.

- Milyen összefüggés mutatható ki a gazdasági fejlettség, a népsűrűség és a környezeti terhelés között?
- A vizsgált időszak alatt hogyan változott az egyes kistérségek gazdasági fejlettsége és a környezetkímélő technológiák alkalmazása?

Az alapkérdések alapján a következő hipotézisek kerültek meghatározásra.

H1: A gazdaságilag fejlett térségek népsűrűsége nagyobb, illetve növekszik, ami a környezeti terhelés növekedését is maga után vonja.

H2: A gazdaságilag értelemben vett fejlődés maga után vonja a környezetkímélő technológiák fejlődését és elterjedését.

H3: A gazdasági fejlettségből fakadó környezeti terhelés jelentősebb hatású, mint a környezeti technológiák alkalmazása.

A fentiekben leírt két kutatási kérdés és a hozzájuk kapcsolódó hipotézisek alapján további kérdésként vetődik fel, hogy hogyan viszonyul egymáshoz a gazdasági fejlődés által

előidézett népsűrűségből fakadó környezeti terhelés és a környezetkímélő technológiák alkalmazása.

Az eredmények mentén várhatóan kirajzolódik Magyarországra vonatkoztatva a gazdasági fejlettség összefüggése a környezetterheléssel. Az ENSZ statisztikai előrejelzéseinek és demográfiai megfigyeléseinek függvényében valószínűsíthető, hogy 2030-ra a világ népességének 60, 2050-re pedig megközelítőleg 70 százaléka városokban fog lakni (United Nations, 2015; United Nations, 2017). Véleményem szerint ez az arány lesz megfigyelhető Magyarországon is, hiszen az elmúlt években egyre többen költöznek gazdaságilag fejlett városokba azzal a céllal, hogy jobb életkörülmények között élhessenek, közel a munkahelyükhöz. Azonban a növekvő népsűrűség egyre nagyobb mértékű környezeti terheléssel járhat, miközben a környezetkímélő technológiákat kevesen ismerik vagy alkalmazzák. Bízom benne, hogy a következő félévre tervezett kész TDK dolgozatom eredményei, akár gyakorlati jelentőségűek is lehetnek a térségi környezetszennyezés okainak megértésében és mérséklésében.

Alkalmazott módszertan

A kutatás során szakirodalmi szűrést, szekunder információfeldolgozást, kvantitatív és kvalitatív módszereket egyaránt alkalmazok. A kvantitatív módszerek pontos leírást adnak, és a statisztikai számítások alátámasztható információkat nyújtanak a vizsgált terület vonatkozásában (Varga, 2020). A szekunder adatforrások tekintetében releváns nemzetközi és hazai szakirodalom feldolgozása mellett, az Országos Településfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TeIR) adatbázisa, illetve a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adattartalmai is felhasználásra kerülnek.

Az elemzések módszertanát, egyrészt az idősor elemzés metódusai adják, másrészt pedig a regionális elemzés eszköztára, mint például a Duál mutató, a Robin-Hood index és Hoover index. Dolgozatomban célterületként Magyarországot vizsgálom a régiók jellemzésére használatos indikátorok, elemzési eszközök és mutatók segítségével azt kutatva, hogy milyen kapcsolat mutatható ki a gazdasági fejlettség és a környezeti terhelés között. A regionális fejlettség területi indikátorait alkalmazva teljes képet kaphatok kutatási kérdéseim megválaszolására. A helyzetértékelés vizsgálatát öt indikátor mentén végzem. A következőkben ez az öt indikátor kerül bemutatásra, melyek mentén elvégezhető a kutatási terület helyzetértékelése. Első ilyen indikátor a demográfiai adatok, amely során elsősorban a

lakónéesség számának változását, a népsűrűséget vizsgálnám 5 évre visszamenőleg. A második ilyen indikátor a gazdasági jelzőszámok, amelyek közül legkiemelkedőbb mutató, a GDP. Az infrastruktúra indikátort a helyzetértékelésben a közlekedés, a közmű és a kommunikáció vizsgálatával mutatnám be. A negyedik indikátornál a társadalmi jelzőszámok közül a jövedelmi mutató területi elemzését venném figyelembe. A legutolsó indikátor során pedig a környezet állapotát a vízminőséget, a levegőszennyezettséget és a talajminőséget fogom figyelembe venni. Az előbbieken leírt indikátorok mentén mutatnám be Magyarország helyzetértékelését 2016 és 2020 között.

Kutatási munkám során mindezek mellett meg szeretném vizsgálni Magyarország keleti és nyugati térségének fejlettségi differenciáit, hiszen nagytérségi szinten nagymértékű megosztottság alakult ki kelet és nyugat között. Az elemzés során területi egyenlőtlenségek alakulhatnak ki, amelynek oka, hogy nem létezik a térben két olyan pont, amely egyforma jelenségekkel rendelkezne, hiszen különböznek kulturális, társadalmi és gazdasági paramétereikben egyaránt (Benedek – Kurkó, 2011). Az egyenlőtlenségek vizsgálata több módszerrel és indexszel történhet, attól függően, hogy a vizsgált jelenség milyen szempontjaira vagyunk kíváncsiak (Nemes Nagy, 2005).

Ezen megfogalmazások alapján tehát valóban elmondható, hogy például a lakónéesség sűrűsége és a GDP megoszlásának vizsgálatánál nem minden esetben fognak megegyezni a paraméterek a Nyugat-Dunántúl és az Észak-Magyarország statisztikai régió összevetése során. Az egyenlőtlenségek mérésére speciális regionális mutatók és indexek számítására kerülne sor, mint például a Duál mutató, a Robin-Hood index és a Hoover index.

A célterület bemutatása

Magyarország elhelyezkedése és természetföldrajzi jellemzői

Magyarország Európa középső részén, a Kárpátok, az Alpok és a Dinári-Alpok övezte Kárpát-medencében helyezkedik el az északi szélesség $45^{\circ}48'-48^{\circ}35'$ és a keleti hosszúság $16^{\circ}05'-22^{\circ}58'$ között. Az ország területe 93 030 négyzetkilométer, amely Európa területének csupán 1 százaléka. Népeisége pedig közel tízmillió fő, így az Európai Unió közepes méretű és közepes népességű tagállamai közé tartozik. Északról Szlovákia, északkeletről Ukrajna, keletről és délkeletről Románia, délről Szerbia és Horvátország, délnyugatról Szlovénia, nyugatról pedig Ausztria határolja, ezáltal az államhatárok teljes hossza 2246 km. Az ország területének több mint háromnegyede alacsony síkság, csaknem egyötöde 400 méternél nem

magasabb dombvidék, alig 2 százaléka a 400 méter felett magasodó középhegység. Az ország legmagasabb pontja a Kékes csúcsa (1014 méter), amely a Mátra hegységben található. A legalacsonyabb rész a Tisza völgyében Szegedtől délre, Gyálaréten található (76 méter). Síkság az Alföld és a Kisalföld; dombsági táj a Dunántúlon a Zalai-, a Somogyi-dombság, a Tolnai-hegyhát; hegyvidék a Soproni-, a Kőszegi-hegység, a Mecsek, a Dunántúli- és az Északi-középhegység (KSH, 2021).

Az ország területén összesen 849.150 hektár védett terület található a KHS 2019-es adatai alapján, amely magába foglal 31.454 hektár természetvédelmi területet és 480.698 hektár nemzeti parkot is. Az ország jó néhány gyógyvízforrást és ásványforrást rejt magában. Legnagyobb folyóvizeink közül a Duna és a Tisza, illetve a legnagyobb tavunk, a Balaton összesen 93.627 négyzetkilométernyi vízgyűjtő területet ölel fel. A természeti adottságokban gazdag ország számos látványosságot kínál az idelátogató turistáknak, ezért kiemelten fontos a környezetet óvni amennyire csak lehet, hiszen, ha ezeket a természeti kincseket az emberiség környezetileg terheli, akkor az kihathat az idegenforgalomra is.

Magyarország területe 19 megyére és a fővárosra, Budapestre tagolódik, amelyek 7 statisztikai régióban egyesítettek az 1990-es évek végén. Az Európai Unió által 1988-ban létrehozott, földrajzi alapú statisztikai kódolási rendszer (NUTS) különböző szintjei Magyarországon a következők. NUTS 1-es szinten az ország három országrészre tagolódik (Közép-Magyarország, Dunántúl, Alföld és Észak) (KSH, 2021). A NUTS 2 hét statisztikai régióból áll (Közép-Magyarország, Észak-Magyarország, Észak-Alföld, Dél-Alföld, Közép-Dunántúl, Dél-Dunántúl, Nyugat-Dunántúl), a NUTS 3-as szint pedig a 19 megyének és Budapestnek felel meg. A 19/2017. (X. 5.) OGY határozat értelmében 2020. június 4-én Csongrád megye neve, Csongrád-Csanád megyére módosult, amelyet láthatunk a 1. ábrán is szemléltetve (Adó, 2020).

1. ábra: Magyarország megyéi, 2020. június 4.



Forrás: KSH, 2020

A LAU rendszerben két szint létezik: a LAU 1 és a LAU 2. Magyarországon a LAU 1-es szint 198 járást tartalmaz (KSH, 2019), a LAU 2-es szinten pedig 3155 település található a KSH Adatbázis 2020-as adatai alapján.

Magyarország társadalomföldrajzi jellemzői

Magyarországon nagyjából a népesség természetes fogyása jellemző, ezért beszélhetünk öregedő társadalomról, viszont ezen felül jelentős a lakosság elvándorlása is. A vándorlás egyrészt az országon belül zajlik, elsősorban Budapestre és a nyugati országrészre irányulnak. Másrészt Nyugat-Európát veszik célba, azon belül is Németország, Ausztria és az Egyesült Királyság területére vándorolnak a legtöbben. Ezekből adódóan a népességszám évről évre folyamatosan csökken (1. tábla). Az országon belüli elvándorlás következményeként egyes településeken növekedhet az adott település lakossága, a népességfogyás azonban az egész országot érinti (Fejes et. al., 2007).

1. táblázat: A népesség, népmozgalom alakulása 2016 és 2020 között

Megnevezés	2016	2017	2018	2019	2020
A népesség száma					
férfi	4 688 519	4 675 291	4 671 602	4 675 821	4 680 790
nő	5 141 966	5 122 270	5 106 769	5 096 935	5 088 736
Összesen	9 830 485	9 797 561	9 778 371	9 772 756	9 769 526

Forrás: KSH, Saját szerkesztés, 2021

Ha a Központi Statisztikai Hivatal által közölt 2020. évi adatokat vizsgáljuk a lakosság eloszlását figyelembe véve, akkor elmondható, hogy a magyar lakosság mindössze ötöde él Budapesten. Pest megye lélekszáma 1,2 millió fő, ami 6,5-szer meghaladja Nógrád megye népességszámát. Bács-Kiskun megye területi kiterjedése (8444,9 km²) a legnagyobb, azaz négyszer akkora, mint a legkisebb Komárom-Esztergom megye, és 16-szor nagyobb a fővárosnál. A főváros népsűrűsége a legnagyobb, ami 3332 fő/km², így Pest megyében négyszer annyi ember jut egy négyzetkilométerre (196 fő/km²), mint Somogy megyében. Mindezek mellett a településszerkezet tekintetében jelentős különbségek vannak a megyék között. Zala, Vas, Baranya megyében a települések kb. 7 tizede 500 főnél kisebb lélekszámú aprófalu.

További vizsgálati irányok kijelölése

Kutatásom során jelenleg az adatok gyűjtésénél és a releváns szakirodalmak feldolgozásnál tartok. A jövőben megvalósulásra vár a dolgozathoz kapcsolódó fogalmak meghatározása és további szakirodalmak keresése, illetve a következő ITDK-ra készülve már a saját kutatási eredményeimet szeretném bemutatni.

Irodalomjegyzék

KÖNYV, KÖNYVRÉSZLET

- Nemes Nagy J. (2005): Regionális elemzési módszerek, Regionális tudományi tanulmányok 11., ELTE Regionális Földrajzi Tanszék, MTA-ELTE Regionális Tudományi Kutatócsoport, Budapest, pp. 313.
- Van Alstine-Neumayer (2010): The Environmental Kuznets Curve. In Gallagher, Kevin P., (szerk.) Handbook on Trade and the Environment. Elgar original reference. Edward Elgar, Cheltenham, UK, pp. 49-59. ISBN 9781847204547.

FOLYÓIRATCIKK

- Benedek J. & Kurkó I. (2011): Evolution and Characteristics of Territorial Economic Disparities in Romania Theory Methodology and Practice, Vol. 7(1), pp. 5-15.
- Bodnár I. -Mannheim V. (2012): Szerves ipari hulladékok kezelésére szolgáló technológiák vizsgálata környezetterhelési, energiahatékonysági és gazdaságossági aspektusokból. Multidiszciplináris tudományok, 2(1): pp. 9-20.
- United Nations (2015): Population 2030 - Demographic challenges and opportunities for sustainable development planning. Economic and Social Affairs, New York, pp. 2-6.
- United Nations (2017): The 2017 Revision. World Population Prospects, Department of Economic and Social Affairs, New York, pp. 2-5.

Egyéb forrásmunkák

- Adó (2020): OGY határozat a Magyar Köztársaság megyéiről, a megyék nevééről és székhelyéről szóló 67/1990. (VIII. 14.) OGY határozat módosításáról. Letöltés: 2021. 04. 18.
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A17H0019.OGY&txtreferer=00000003.TXT>
- Fejes László – Hollóné Fodor Éva – Nagy Erzsébet – Szalainé Homola Andrea – Szekeres Istvánné – Szilángyi Ferencné – Szűcs Lászlóné (2007): Társadalmi helyzetkép: Életkörülmények Észak-Magyarországon, Miskolc, pp. 7-9.
- KSH (2019): Magyarország járásai. Letöltés: 2021.04.18.
https://www.ksh.hu/teruletiatlasz_jarasok
- KSH Adatbázis (2021): Magyarország földrajzi adatai (STADAT). Letöltés: 2021.04.18.
https://www.ksh.hu/stadat_files/fo/fo/fo10001.html

GAMIFIKÁCIÓ A HR TERÜLETEN

BERZSÁK ESZTER

Emberi erőforrások BA, III. évfolyam

Témavezető:

Matiscsákné dr. Lizák Marianna

mesteroktató

1. Bevezetés

„A játék kívül fekszik a bölcsesség és a balgaság, az igazság és a hazugság, a jó és a gonosz ellentétén. Bár nem anyagi tevékenység, de nincs erkölcsi funkciója. A bűn és az erény fogalmai nem érvényesülnek itt.” (Huizinga)

1.1 Aktualitás

A gamifikációt folyamatosan vizsgálják egészen a kétezres évek eleje óta. Ennek az az oka, hogy innovatív lehetőséget nyújthat bizonyos cégek toborzásában, a munkavállalók motiválásában és lojalitásuk növelésében.

Nem mehetünk el a tény mellett, miszerint a fiatal generációk (Y, Z, Alfa) már más szempontok alapján választanak munkahelyet, sokkal nagyobb ambíciókkal lépnek a munka világába. Nem a Life Long Working motiválja őket, sokkal inkább a Life Long Learning, azaz a fejlődés, tanulás. Ezen kívül a munkahely váltáson sem gondolkoznak sokat, hiszen, ha adódik egy jobb lehetőség, azt választják.

Erre kínálhat megoldást a gamifikáció: játékos módszerekkel megtartani a fiatal, dinamikus, jó munkaerőt. A videojátékok már szerves részét képezik a fiatalok életének. Ezt a két abszolút különböző területet összekötve meg lehetne teremteni nekik azt a komfortot a munkahelyen, melyet elvárnak.

Miért kellene ennyire a fiatalok?

A feltett kérdésre egyszerű a válasz: azért kellene a fiatalok, mert az IT világában már többszörösen lekörözték elődeiket. Természetesen elengedhetetlen az a tapasztalat, melyre a korábbi generációk szert tettek a több tíz éves munkájuk során, mégis a fejlődést és újítást

nem feltétlen az fogja biztosítani. Olyan emberek viszik előre a szervezetet, akik képesek alkalmazkodni az állandó gyors ütemű változáshoz.

1.2 Lehet a munka öröm?

Vajon miért alakult ki az, hogy a munka teher? Már a munka szó hallatán elmegy sokak kedve mindentől. Talán egy rossz beidegződés az emberiségben, mert folyamatosan a fáradtságot, a stresszt és a nyűgöt szüli. De képzeljük el azt, hogy reggel felkelünk és fél órával hamarabb megyünk be, mert már kíváncsian várjuk, mi lesz a mai feladatunk. Persze ez nevetségesen hangzik a többségnek. Mégis játszunk el a gondolattal, hogy így történik. Mi lehet a hajtóerő, ami miatt szívesen megyünk be dolgozni? Pénz? Hosszútávon semmiképp. Hiába kapunk átlag feletti fizetést, ha nem szeretjük a munkánkat, nem fogjuk sokáig bírni, vagy ha mégis, könnyen megkeseredhet az ember tőle.

De ha nem a pénz motivál minket, akkor mi lehet az, ami megkedveltetheti velünk a munkát? A következő oldalak fognak erre választ adni nekünk.

2. Emberi erőforrás gazdálkodás

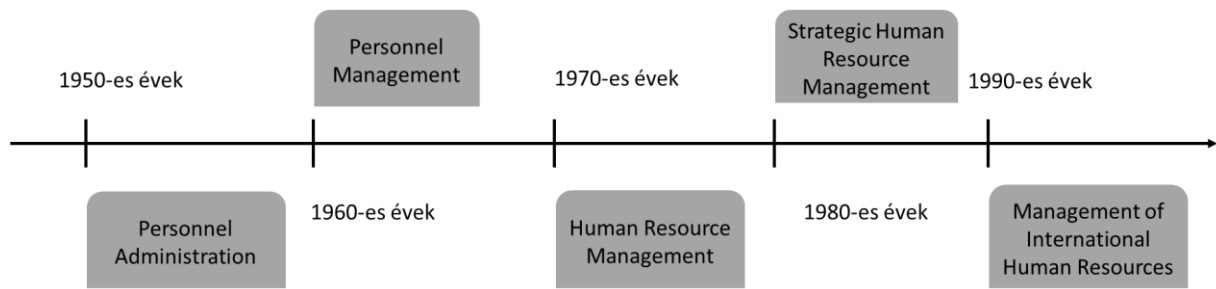
Emberi erőforrás gazdálkodás más néven személyügyi tevékenységként vagy humánerőforrás -menedzsmentként emlegetjük. De mit is takarnak ezek a kifejezések?

Ebben a fejezetben megtudjuk mi a HRM, hogyan alakult ki, hol foglal helyet a gazdaságban és mivel foglalkozik. Ezen kívül szó lesz a munkaerő-beszerzés szakaszairól, valamint a motivációról és elméleteiről.

2.1 Az EEG alapfogalma és fejlődéstörténete

„Az EEG/HRM a személyügyi tevékenység, a munkaerővel, a különféle szociális, gazdasági, kulturális jellemzőkkel és személyiségjegyekkel rendelkező emberekkel foglalkozó tevékenység összessége.” (Poór-Roberson, 2003)

Peretti az emberi erőforrás fejlődését öt elkülönülő szakaszra bontotta egészen 1990-ig.



2. ábra: Peretti HRM fejlődési szakaszai (1990), saját szerkesztés

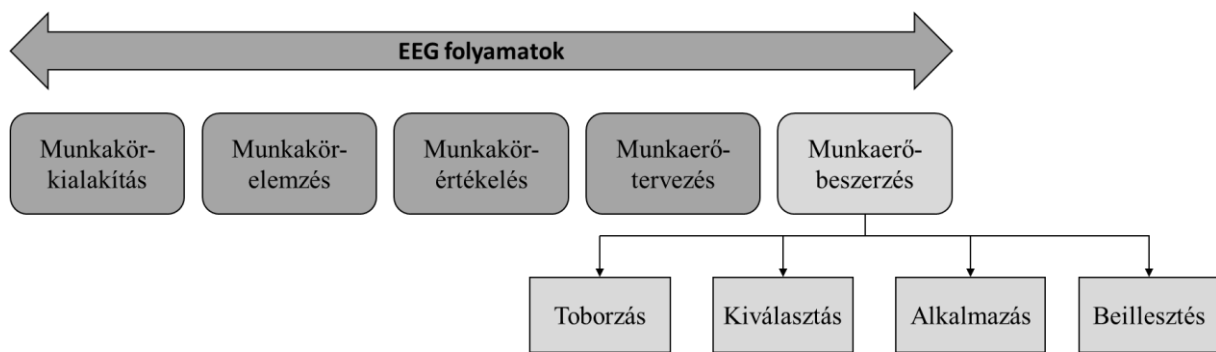
A különböző fejlődési szakaszoknak más és más jellemzői vannak:

1. *Personnel Administration* – az 1950-es években az EEG tevékenységet a különböző adminisztratív, valamint jogi feladatok ellátása tette ki, például a munkaerővel, munkaidővel és a munkabérekkel való gazdálkodás. Az EEG szakemberek a vállalatnak alárendelt módon, végrehajtó-ügyintéző szerepben végezték feladataikat.
2. *Personnel Management* – az 1960-as években már a vezetés részévé vált az EEG, leginkább a munkaerővel való gazdálkodás jellemezte.
3. *Human Resource Management* – az 1970-es években jelentős módon fejlődésnek indult az EEG tevékenység a piacgazdaságban. A munkaerőt már nem csak költségtenyezőként kezelték, hanem a legfontosabb vállalati erőforrásként. Integrálódtak a munkavállalókkal foglalkozó szervezeti egységek, valamint megnőtt a jelentősége a munkakör-tervezésnek, és -elemzésnek. Ezen kívül az IT fejlődésével párhuzamosan megjelentek a különböző személyügyi információs rendszerek.
4. *Strategic Human Resource Management* – az 1980-as évekre az EEG stratégiai tényezővé válik a vezetésben. A szervezeti és munkavállalói célok, igények közelítése válik feladattá, valamint a partnerségi munkaügyi kapcsolatok gondozása.
5. *Management of International Human Resources* – a századfordulóra kialakul az egységes európai munkaerőpiac, valamint az ehhez való alkalmazkodás igénye. (Peretti, 1990)

A HR terület a szervezet lelke, ezért kellő figyelmet kell rá fordítani és fejleszteni, folyamatosan. Kővári György szerint négy tényező képezi a HRM területet.

1. Az emberierőforrás a szervezet legfontosabb vagyona, ahol a siker kulcsa, ha tudnak megfelelően gazdálkodni és bánni vele.
2. A siker másik tényezője az, ha a humánpolitika szorosan kapcsolódik a szervezeti stratégiához.
3. A vállalati kultúra alapja a vezetői magatartás, az értékrend és a légkör. folyamatosan ápolni kell.
4. Folyamatos erőfeszítések kellenek az emberek közötti egységek javításához, úgy, hogy a munkavállalók a saját és a szervezet céljait is elérhessék. (Kővári 1995, 11–15 p.)

Az EEG folyamatokat több szakaszra bontjuk, melyet az alábbi ábra szemléltet. Ezek közül a munkaerő-beszermzés kiemelésére kerül sor és annak tényezőire.



3. ábra: Az EEG folyamatok ábrája a munkaerő-beszermzés kiemelésével (Matiscsákné, Emberi erőforrás-gazdálkodás, 2016), saját szerkesztés (2021)

2.2 Munkaerő-beszermzés

A munkaerő-beszermzés gamifikációs szempontból a legjelentősebb a különböző EEG folyamatok közül. A munkaerő tervezés után kerül sor a munkaerő-beszermzésre, mely történhet belső forrásból (a szervezeten belül átkerül valaki más pozícióba) és történhet külső forrásból, azaz a nyílt munkaerőpiacról keres a vállalat munkaerőt. Ennek első lépcsőjét képezi a toborzás.

2.3 Toborzás, kiválasztás, alkalmazás és beillesztés

A toborzás célja az elvárások alapján lehetséges munkaerő felkutatása és a legmegfelelőbb kiválasztása. Ennek két típusa van Kővári szerint, melyek a következők:

- Az **újító toborzási stratégia**, melynek célja a munkaerő állomány frissítése, szerkezetének változtatása. Ennek oka lehet az, hogy a cég szemléletet szeretne váltani, de az sem kizárt, hogy új vezető kerül a céghez, akinek más elképzelései, elvárásai vannak, mint a korábbiak.
- Az **állapotmegőrző toborzó stratégiát** alkalmazó cégek törekszenek arra, hogy belső forrásból történjen a munkaerő-szükséglet kielégítése. Nem célja az újítás, sokkal inkább az eredeti szerkezet, szemlélet megőrzése. (Kővári, 1991)

A toborzás után a munkaerő-kiválasztás következik, amely szűrőként funkcionál a cégnek. Szelektálja az adott pozícióra alkalmas személyeket, ezzel igyekszik a legmegfelelőbb munkavállalót kiválasztani. Az alkalmazás követi ezen folyamatokat, rangsorolják a belső és a külső jelentkezőket tudásuk, képességeik, készségeik és a cég elvárásai alapján.

Amennyiben sikerült a megfelelő személyt kiválasztani és alkalmazásba venni, a beillesztésre kerül sor. Ennek az a célja, hogy az új munkavállaló minél hamarabb integrálódjon, értse meg a szervezeti célokat, ismerje meg új kollégáit, nem utolsó sorban pedig tanuljon be saját feladatkörébe.

Ez a folyamat kissé más, mint a többi, ugyan minden folyamat során elengedhetetlen a jelentkező kooperációja és természetesen az, hogy akarjon a vállalat dolgozójává válni, ebben a szakaszban viszont már képes bizonyítani. Választ kapunk arra, hogy mennyire akar a csapat tagja lenni, mennyire lelkes, aktív a munkaterületén. Vannak-e céljai munkája során? Becsületesen elvégzi-e feladatait, és még sorolhatnánk. Lényegében ez az a periódus, ahonnan már valóban önmaga lehet az ember. (Matiscsákné, Emberi erőforrás-gazdálkodás, 2016)

2.4 Munkaerő motiválás és megtartás

A jó munkaerőt nem elég „megszerezni”, megtartani is tudni kell. Ennek módja a munkavállaló igazságos javadalmazása, ösztönzése és motiválása. Utóbbira helyezve a

hangsúlyt, a motiváció és a motiválás között különbséget kell tenni, ugyanis a motiváció belső készletetés érzése, amely adott témában fenntartja az egyén érdeklődését és figyelmét. A motiválás viszont egy külső tényező befolyásoló hatása az egyénre, ez lehet például a jutalmazás.

A munkahelyi motivációnak két fajtáját különböztetjük meg:

- **Belső motiváció**, a betöltött munkakörhöz kötődik, az egyén számára a feladata érdekes, vagy kihívást jelent, van döntési lehetősége, valamint lehetősége képességeinek és készségeinek fejlesztésére.
- **Külső motiváció** a vezetőség eszköze egy szervezetnél, melyet másként ösztönzőnek nevezünk, ilyen a béremelés vagy a jutalmazás. Az egyént nem maga a feladata motiválja, hanem az, hogy ha elvégzi a feladatot, jutalomra számíthat utána. (Armstrong -Murlis, 2005, 72-73. o.)

Kialakultak úgynevezett motivációs elméletek, melyek a miértekre keresik a választ.

Miért viselkedik az egyén adott helyzetben úgy, ahogy viselkedik?

Két csoportot különböztetünk meg a motivációs elméletekben: az egyik az adott viselkedést kiváltó okokra próbál választ találni (tartalomelmélet), a másik pedig az adott folyamatra, aminek során a viselkedés bekövetkezik (folyamatelmélet).

A motiváció megteremtése és fenntartása olyan tényező, mely során a vezető a munkavállalókat olyan cselekvésre készíti, amely a szervezeti szinten elvárt teljesítményt eredményezi a cég számára. Az egyik leg a Herzberg-féle elégedettségre ható tényezőit, melyeket motivátoroknak nevezünk.

<i>Higiéniai tényezők</i>	<i>Motivációs tényezők</i>
<ul style="list-style-type: none"> • fizetés • munkafeltételek • státusz • munkahely biztonsága • személyes kapcsolatok <p>⇒ <i>elégedetlenség forrása</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • a felelősségvállalás lehetősége • a nagyobb teljesítmény elérésének lehetősége • a fejlődés • a karrierépítés lehetősége <p>⇒ <i>elégedettség forrása</i></p>
MUNKAFELTÉTELEK	A MUNKA TARTALMA

4. ábra: A Herzberg-féle motivációs tényezők

Herzberg a viselkedést kiváltó okokra mutat rá, szerinte a megelégedettség és a motiváció nem ugyanaz. Ezt a kijelentést azzal magyarázza, hogy nem feltétlenül igaz, hogy az elégedett dolgozó hatékonyabban dolgozik, mint az elégedetlen. Vizsgálatok segítségével kimutatták, hogy más hat az elégedettségre és más a motivációra. Ezért írt fel két tényező csoportot: Higiénés és Motivációs tényezők. A higiénés javítása elégedettséget nem okoz, csupán elégedetlenséget szüntet meg. A motivációs tényezők hiánya nem okoz elégedetlenséget, csak az elégedettség hiányát. Az embert elégedetté a motivációs tényezők teszik. (Kovács-Várallyai, A játékosítás az emberi erőforrás területén, 2018)

Herzberg motivációs elméletét a tartalomelméletekhez soroljuk, folyamatelméletek közé tartozik többek között Adams méltányosság-elmélete.

Adams elmélete szerint az emberek arra vágyanak, hogy az általuk felmutatott teljesítmény alapján másokhoz képest méltányosan elismerjék. Elemei közé tartozik az egyén által végzett erőfeszítés (input) és annak eredménye (output). Vagy a méltányosság érvényesül - ami az egyenlő esélyek biztosítása - vagy pedig a méltánytalanság. Komoly kérdést boncolgat az elmélet, ugyanis azt állítja, hogy a jutalomnak nem feltétlen a nagysága számít, hanem a másokhoz viszonyított relatív mértéke. Gyakori probléma, hogy mást tekint a beosztott inputnak és outputnak, mint a vezető. A HR feladata, hogy ezt a fajta ellentmondást feloldja, például teljesítményértékeléssel. (Matiscsákné, Emberi erőforrás- gazdálkodás, 2016)

3. A gamifikáció

A gamifikáció az angol 'game' (játék) és 'fiction' (valamivé tesz) szavakból áll. Jelentése a játékosítás, azaz egy tevékenység elvégzése játékos formában. Ez azért hasznos, mert az adott feladat/munka folyamata nagyobb motivációval, örömmel zajlik. A gazdasági élet – azon belül is az emberi erőforrás – területén egyre gyakrabban használják. Többen rájöttek, hogy a toborzás, a kiválasztás és a beillesztés is hatékonyabban zajlik, mint a hagyományos módokon.

3.1 A játék, mint mozgató erő

„Az emberi kultúra a játékban, játékként kezdődik és bontakozik ki.” (Huizinga)

A játék iránti vágy a Föld legtöbb élőlényében megtalálható, így az emberekben is, Huizinga *Homo ludensnek*, azaz „játékos embernek” nevez bennünket, azt is leírja, hogy nem a játék alakult ki az emberi kultúrából, hanem az emberi kultúrát formálta a játék. Erre a legegyszerűbb bizonyíték az, hogy az állatvilágban is jelen van a játékoság, tehát nem az ember „találmánya”. Huizinga szerint a játék túlnő az önfenntartás ösztönén és értelmet az a létezésünknek.

Az általa megfogalmazott definíció a következő:

„A játék szabad cselekvés vagy foglalkozás, amely bizonyos önkéntesen, előre meghatározott időben és térben, szabadon választott, de föltétlen kötelező szabályok szerint folyik le, célja önmagában van, bizonyos feszültség és öröm érzése, továbbá a közönséges élettől való különbözőség tudata kíséri.” (Huizinga, 1944, p. 37)

Ha ezt a definíciót megpróbáljuk átültetni a 21. század társadalmának játékoságába, véleményem szerint helytálló.

Egyesek a videojátékokat szeretik, mások társasozni, a kisebbek fogócskázni, vagy bújócskázni. Miért ne lehetne ezt bevezetni a munka világába is? Mennyivel egyszerűbb lenne játékosan eltölteni azt a nyolc órát, jó kedvvel, motiváltan, stresszmentesen. A legnagyobb hangsúly az utóbbi két szemponton van: ha az egyén motivált, szívesen végzi a munkáját, ő is jól jár és az őt foglalkoztató cég is, hiszen folyamatosan dolgozik a szervezeti célok elérésén.

3.2 A gamifikáció és a generációk kapcsolata

Jelen téma esetén elengedhetetlen a generációk és különbségeik vizsgálata. Az Y-Z generációk célja már egészen más a munkával, mint a korábbiaké. Fontossá vált a tanulás, a siker, a megbecsülés és a karrier. A ranglétrán való felfelé haladás és az elismerés már szinte elvárás. Az idősebb generációkat egészen más célok vezérelték. A megélhetés, a biztonság és a nyugalom. Ezért egy adott munkahelyen 20-30 évig vagy akár egy egész életen át dolgoztak. Nem volt nagy igény, sem lehetőség előbbre lépésre. Ezzel szemben a mai huszonévesek nem így állnak hozzá a munka világához. Könnyen váltanak, ha nem érzik jól magukat valahol, elvárásaik vannak már a munkahellyel szemben. Ezt pedig be kellett látniuk a cégeknek, ezért minél vonzóbbá és izgalmasabbá kell tenni a munka világát, ezzel motiválva és csábítva a fiatalokat. Olyan megoldás kellett, amely segítségével a jó munkaerőt meg lehet tartani hosszútávra.

Erre kínál megoldást a gamifikáció, ugyanis ennek segítségével a mai generáció kisebb eséllyel unja meg a munkát, értékesnek érzi magát és képes folyamatos sikereket elérni. Ennek egyszerű a magyarázata: ha valaki vesz egy játékot, ami elkíséri a virtuális életbe, ahol kisebb-nagyobb célokat kell elérni és ez sikerül is, az illető élvezzi a játékot.

A motivációs tényezők ismeretében feltehetjük azt a kérdést, hogy külső (extrinzik) vagy belső (intrinzik) motivációról beszélünk. Ryan és Deci (2000) vizsgálta a motiváció dichotómiáját, mely során fontos megemlíteni, hogy a fenti fogalmak mindig az egyén szempontjából értendők és nem a tevékenységéből.

Dan Pink, karrier-elemző tovább vitte a gondolatmentet, majd feltette a kérdést, hogy a munkavállalókat mennyire mozgatja csak a pénz? Szerinte az embereket olyan tevékenység végzése esetén motiválja a pénz, melyben könnyen belátható a kapcsolat a fizetés és az elvégzett munka között. Ezzel szemben az összetettebb feladatok esetén - azt állítja - a magas fizetés csak elvonja a figyelmet, később kiégéshez vezethet. Pink szerint a belső motiváció forrását az egyén céljai, az elsajátítás és az autonómiája adja. Gamifikáció-szakértők szerint mind a három eszköz megtalálható a játékokban, ezért ezek lehetnek a munkahelyi játékosítás alap pillérjei. (Fekete, Szendvics vagy rétes? 2018)

3.3 Játékos toborzás

Ebben a fejezetben bemutatásra kerülnek a toborzás sikerességének érdekében végzett gamifikációs módszerek. Érdekes módon ez az a területe az EGG-nek melyhez a legtöbb példa kapcsolódik. Valószínűnek tartom, hogy a többi folyamatban (alkalmazás, beillesztés, megtartás) sokkal nagyobb kihívást jelent a megfelelő gamifikációs terv kidolgozása.

A leginnovatívabb szervezetek közé soroljuk a Google-t. Nagy szabadságuk van az ottani munkavállalóknak, például játékok is rendelkezésre állnak, hogy ki lehessen eresztetni a fáradt gőzt. Ám az, hogy a munkavállalók focihatnak, vagy PlayStation-ön engedhetik ki a fáradt gőzt, még nem gamifikáció. 2004-ben viszont egy forradalmi ötlettel áll elő az IT óriás, ami viszonylag egyszerűen kivitelezhető is volt: kihelyeztek egy táblát a Szilícium-völgyben, melyen a következő állt:

„{az első 10 jegyű prím szám az 'e' egymást követő számjegyeiben}.com”

Az érdekesség az, hogy a táblán fel sem volt tüntetve a Google logója vagy neve. Egy egyszerű fehér táblán állt mindössze ez a szöveg.

A Google célja ezzel az volt, hogy olyan embereket célozzon meg, akiknek felkelti az érdeklődését. Természetesen a matematikához nem értők máris kiestek ebből a körből, hiszen nem is érdekelte őket a szöveg. Ezzel tulajdonképpen már létrehozott a Google egy szűrő - rendszert, ugyanis akit nem érdekel, vagy nem képes megoldani, annak nincs lehetősége meg tudni, hogy mi várja őt a továbbiakban. Akinek sikerült megoldani, azt az oldal tovább vezette egy másikra, ahol ismét sikerrel kellett járni a feladatban ahhoz, hogy meg tudja mi a tét. Végül pedig a legeszesebbek eljutottak a kódfejtetés során a Google Labs oldalra, ahol ez a felirat fogadta őket:

„A Google építése során megtanultuk, hogy könnyebben megtalálod, amit keresel, ha az keres meg téged. Amit mi keresünk, azok az egész világ legjobb mérnökei. És most itt vagy.”

Ebből a két sorból már sugárzik a dicséret és a tisztelet. Érezteti a feladatmegoldóval, hogy büszke lehet magára és elismeri a győzelmét.

Azon kívül, hogy az embert ez jó érzéssel tölti el, már lesz egy pozitív élménye a céggel kapcsolatosan, barátságosnak és befogadónak tartja, és nem utolsó sorban játékosnak. Kinek ne lenne ez szimpatikus?

Hasonló stratégiát választott a Quixey 2011-ben, ami egy oksotelefon-alkalmazás kereső. Költséghatékony módszert szeretett volna választani ahhoz, hogy mérnököket és technikusokat toborozzon. Létrehozták a Qixey Challenge-t, három kisebb és egy nagyobb kihívást kellett megoldaniuk. Az utolsó megpróbáltatás a következő volt: egy perc alatt megoldani egy algoritmust Skype közönség előtt. A tét fejenként 100 dollár volt, a versenyben 38 győztes lett összesen, mely a cégnek mindössze 3800 dollárjába került. Ez az összeg azért nem számít soknak, ugyanis a hagyományos módszerekkel ez megközelítőleg 100.000 dolláros költséget jelentett volna.

A ráadás az volt, hogy a nyilvánosság bevonásával a versenyzőkben közös identitástudat alakult ki, mely növelte a céggel és az egymással való összhangot.

2010-ben a L'Oréal – kozmetikai óriás – elindított egy felvételi játékot, a Reveal-t, mely a végzős egyetemi hallgatókat célozta. Nagy szüksége volt fiatal, friss diplomás, ambíciókkal rendelkező fiatalokra több területre is. Két legyet ütött egy csapásra, ugyanis a játékkal pontokat lehetett elérni, melyek alapján minősítették a játékosokat. Emellett viszont segítette a játék megismertetni a szépségipart a fiatalokkal, valamint segítette nekik felfedezni, hogy merre induljanak karrierútjukon. Ennek azért volt jelentősége a cég szempontjából, mert ez a segítségnyújtás is egyfajta szűrőként funkcionált: aki rájött, hogy nem is annyira érdeklődik a terület iránt, az lemorzsolódott a játékban.

A szépségiparról térjünk át a vendéglátásra, ahol a Domino's Pizza keresett megoldást gyenge toborzási stratégiájára. Létrehoztak egy applikációt, ami a Pizza Hero. Ennek az a lényege, hogy a játékosok (bárki) virtuálisan dagasszanak, feltétezzék és süssék a pizzákat. Játékosársai szavazhatnak, értékelhetik egymás pizzáját több szempont szerint is. A módszer érdekessége, hogy a játékosok pizzái megrendelhetők a valóságban és aki elég magas szintet ér el, a cég fel tudja keresni munkaaajánlatával. A cég többszörösen is jól járt, hiszen sikerült megszűrni az alkalmazottakat saját kritériumaik szerint, ezen kívül pedig az első 28 nap alatt több, mint egymillió dollár értékű pizzát adtak el, később pedig ez a szám növekedett heti egymillióra.

A vendéglátás területén maradv a Marriott International szállodalánc azzal találta magát szemben, hogy összesen az USA-n kívül 129 ezer nyitott pozíció vár betöltésre a szállodaóriásnál. Attól tartottak, hogy nem tudják kellő precizitással megszűrni a jelentkezőket, féltek, hogy elutasítják olyan emberek jelentkezését, akik megfelelőnek bizonyulnának egyes pozíciókra. Ezért létrehozták a My Marriott Hotel játékot, ami hasonló elven alapult, mint a Facebook-on elérhető FarmVille nevű addiktív játék. A My Marriott Hotel lehetőséget nyújt minden érdeklődőnek, hogy megmutassa, hogyan tud koordinálni egy éttermet, később pedig egy egész szállodát is. Ezen kívül a játékos olyanra alakította ki a konyhát, vagy az étterem dekorációját, elrendezését, amilyenre csak akarta. Ha ez még nem volna elég, a játék közben egy banner volt a lap tetején, ahol a „*Do it for real*” (Csináld igazából) felirat volt olvasható és lista szerepelt mellette, mely ötvenezer karrierlehetőséget tartalmazott a játékosoknak. (Zichermann, Linder – Gamifikáció, 2013)

A példák alapján érzékelhető, hogy mindegyik játékosításnak részese a kiválasztás is, természetesen a játékok nyertesei közül is kellett válogatni, de a gamifikációs módszerekbe bizonyos szintig „beépített szűrő” is jelen volt.

4. Értékelés

Az eddig megismert adatok fényében megkockáztatható az a kijelentés, hogy a gamifikációnak van értelme és haszna. Olvashattunk olyan példát, melyek során komoly összeget tudott adott szervezet megspórolni. De véleményem szerint az elsődleges szempont az elégedett és motivált munkavállaló. Egyszerű belátni, azt hogyha az alkalmazott elégedett és jól érzi magát a környezetében, a munkáját is szívesebben végzi, vagy szívesebben vállal akár extra munkát is.

5. Irodalomjegyzék

Gabe Zichermann, Joselin Linder – Gamification, Az üzleti játékok forradalmasítása, 2013
(ISBN 978-963-9493-69-8)

Szendvics vagy rétes – avagy hogyan játékosítsunk a lényeg elfedése helyett a lényeg
kiemelésével? – Fekete Zsombor (INFORMÁCIÓS TÁRSADALOM:
TÁRSADALOMTUDOMÁNYI FOLYÓIRAT, 18 (1). pp. 26-48. ISSN 1587-8694)

Várallyai László, Kovács Tamás (2018) – A játékosítás az emberi erőforrás területén, egy
kreatív toborzási technika napjainkban

Johan Huizinga – Homo Ludens, 1938 (ISBN: 9633850332)

Matiscsákné Lizák Marianna (szerk.), 2016 Emberi erőforrás gazdálkodás (ISBN: 978 963 295 617
6)

Kóvári György: Gazdálkodás az emberi erőforrásokkal. Budapest, Országos Munkaügyi
Központ, 1991

HARMÓNIÁBAN A TERMÉSZETTEL ÉS ÖNMAGUNKKAL – AVAGY A POZITÍV TURIZMUS TOVÁBBGONDOLÁSA

BOROS NIKOLETT

Turizmus-vendéglátás BA, III. évfolyam

Témavezető:

Domjáné Dr. Nyizsalovszki Rita

egyetemi docens

Absztrakt: Témámban egy olyan turisztikai irányzat fejlesztését dolgozom ki, amely az egészségpszichológián alapszik. Szeretnék lehetőséget biztosítani a turisták számára, hogy szakemberektől tanulva fejleszthessék személyiségüket, miközben különféle wellness szolgáltatásokat vehetnek igénybe, és a természet közelében időzhetnek. A pozitív turizmus fő témái közé tartozik a stresszkezelés. A természet célunk eléréséhez közvetítő közegként járulhat hozzá, mi pedig a környezet védelmét szolgáló, könnyen elsajátítható praktikákról is tanulhatunk.

A téma kulcsszavai: egészségpszichológia, stresszkezelés, egészségturizmus, természet, környezetvédelem

1. Bevezetés

Napjaink felgyorsult életmódot folytató fogyasztói társadalmában egyre inkább érezzük, mennyire fontos, hogy olykor megálljunk, és kicsit megpihenjünk. Tapasztaljuk, hogy megoldandó problémák mindig lesznek, a stressz része az életünknek, nem kerülhetjük el, de megtanulhatjuk kezelni, anélkül, hogy különböző megbetegedéseket okozva károsítaná egészségünket, és tönkretenné napjainkat. Mindehhez segítségünkre lehet a turizmus és az egészségpszichológia egyvelege, a pozitív turizmus (Filep, Laing, Csíkszentmihályi, 2017), amely fogalmat szeretnék kiterjeszteni a fentebb említett igények turisztikai térben történő kiszolgálására. Elképzelésem szerint a pozitív turizmus legfőbb célja, hogy olyan gondolkodásmódot és praktikákat közvetítsen szakemberek segítségével fogyasztói számára, amelyek elsajátításával életminőségük javulhat, boldogabbá és kiegyensúlyozottabbá válhatnak, a természet közelében és az élmények átélésével párhuzamosan. Azáltal pedig, hogy sokan megtapasztalják, hogy a természet segítségükre lehet, hogy ráleljenek a lelki nyugalomra, és egészségi állapotuk is javulhat (Keniger et al., 2013), talán többen megértik, mekkora szükségünk van Földünk egészségének megóvására, és szívesebben cselekednek ezen cél érdekében is. Munkám során kvantitatív kutatás keretében, egy kérdőív segítségével szeretném feltárni a potenciális keresleti oldal véleményét a pozitív turizmusról, hogy

megtudhassam, lehet-e létjogosultsága az általam elképzelt turisztikai irányzatnak. Hipotéziseim így hangzanak:

H1: Az embereknek szüksége lenne olyan stresszkezelési módszerek elsajátítására, amelyekkel megkönnyíthetik mindennapi életüket.

H2: A potenciális fogyasztók tudnak azonosulni a pozitív turizmus alapelveivel, miszerint a kikapcsolódás mellett a személyiségfejlesztés is fontos szempont lehet a nyaralás során.

H3: Fontos szempont a pozitív turizmusban a potenciális fogyasztók számára a természetközelség.

H4: A pozitív turizmus potenciális fogyasztói szimpatizálnak az irányzat környezetvédelem iránti törekvéseivel.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1. A már létező pozitív turizmus bemutatása

Filep és társai voltak az elsők, akik beemelték a pozitív turizmus kifejezést a szakirodalomba. Pozitív turizmus című művükben (Filep, Laing, Csíkszentmihályi, 2017) a pozitív pszichológia elméletét vetítik rá a turizmusra. A mű egy tanulmánykötet, amelyben a szerzők a turizmus különböző területeit áttekintve vizsgálják meg azok kapcsolatát a pozitív pszichológiával. A pozitív turizmus fő témájaként a turisták, a fogadó közösségek és a turizmus dolgozóinak hedonikus és eudaimónikus jóllétének tanulmányozását definiálják, valamint az ezen jóllét eléréséhez szükséges körülmények feltérképezését tűzik ki célul. A pozitív pszichológia szakirodalma megkülönbözteti a hedonikus és az eudaimónikus boldogságot (pl. Waterman, 1993; Ryan és Deci, 2001). Szondy és Martos szerint a hedonikus boldogság a pozitív érzelmek magas és a negatív érzelmek alacsony szintjét feltételezi (Szondy, Martos, 2014). Ezzel szemben az eudaimóniát Arisztotelész a legmagasabb szintű emberi boldogságnak nevezi, amely saját bensőnk, bölcsességünk és erényeink tökéletesítésén alapul (Arisztotelészt idézi Peters, 1906).

Az én elképzelésem, hogy azokat a tapasztalatokat felhasználva, amiket a könyv gyakorlati tapasztalatként nyújt, olyan turisztikai termékcsoporthoz hozzak létre, amelynek a pozitív pszichológia eszköztárára képezi az alapját.

Az általam elképzelt pozitív turizmus főbb jellemzői: holisztikus látásmód, mentális és lelki egészség erősítése, természetközpontság, szoros kapcsolat az egészségturizmussal, minőségközpontság, egyénorientált termékek.

2.2. Turisztikai trendek a világban

Az elmúlt évtizedekben a turizmus ágazatának felfutását tapasztalhattuk világszerte. Az UNWTO 2017-es statisztikáit tekintve elmondható, hogy 1950 óta folyamatos növekedés volt jelen a turistaérkezések és vendégéjszakák számában és a bevételek volumenét illetően. Ekkor még az elkövetkezendő időszakra is lassuló ütemben történő növekedést jósoltak (UNWTO, International Tourism Highlights, 2017b), amíg a COVID-19 járvány meg nem jelent, korábban sosem tapasztalt, drasztikus változást okozva, amely a 2020. január 1-től októberig 30-ig terjedő időszakban 72%-os csökkenést eredményezett világszinten a nemzetközi turistaérkezések számában (UNWTO, 2020).

2.3. A tömegturizmus kialakulása

Dean MacCannell már 1976-ban megfogalmazta a turizmus új formájában, a tömegturizmusban résztvevő turista általános jellemzőit. Leírása szerint az egyes turisztikai célpontok bizonyos képet kívánnak kialakítani magukról, és a fő látnivalók kijelölésével irányítani akarják látogatóik útját az adott területen belül. Kimondja, hogy a fentebb leírtak következtében a turisták mindenáron arra törekednek, hogy az összes népszerű helyszínt felkeressék (MacCannell, 1976), akkor is, ha így kevesebb idő és energia jut egy-egy látványosság felfedezésére.

A low cost járatok elterjedése, a szálláslehetőségek árainak csökkenése, az internet terjedése és a digitalizáció fejlődése következtében a 2010-es évek második felében megjelent az ún. overturizmus (túlturizmus) jelensége, melynek értelmében *„egy várost vagy egyéb térséget olyannyira előzönlik a turisták, hogy az már rontja a helyi lakosok életminőségét és veszélyezteti a természet értékeit”* (Lexiq, év nélkül). Bár a fogalom korábban sem volt ismeretlen a szakmában, mégis az elmúlt három év turisztikai prosperitása miatt széleskörben elterjedté vált (Fehérvölgyi, Hajmásy, Madarász, 2019). Sajnos a turizmusból származó bevételekkel párhuzamosan a környezetre gyakorolt káros hatások is megnövekedtek. Egyre égetőbb problémát kezdett jelenteni a környezetszennyezés, amelynek egyik fő felelősévé a turizmus vált.

2.4. Az alternatív turizmus felerősödése

A tömegturizmus okozta károokra való reagálásképp a fenntartható turizmus elvének megfogalmazására 2005-ben került sor a World Tourism Organisation által. Eszerint olyan idegenforgalom lebonyolítására van szükség, amely a jelenlegi és a jövőbeli környezeti, gazdasági és társadalmi hatások figyelembevételével igyekszik kielégíteni a turisták, az iparág, a befogadó közösségek és a környezet igényeit (UNEP–WTO, 2005). A fenntartható

turizmus mellett több olyan, az alternatív turisztikai formába (Michalkó, 2016) illeszkedő irányzat is létrejött, melyek a tömegturizmus ellensúlyát képviselik. Ilyen például a szelíd turizmus, az ökoturizmus és a felelősségteljes turizmus (Happ, 2014/1).

Lényeges szempont az általam elképzelt pozitív turizmusban, hogy a turista élményszerzésének, önmagáról és a világról való tanulásának színtere a természet. Ennek eredményeképpen pedig, hogy a turista több időt töltött el a természetben, ahova kellemes emlékek kötik, várhatóan nagyobb elhivatottságot érez majd aziránt, hogy minél több személetformáló jó gyakorlattal találkozzon aktívan vagy passzívan azokat a praktikus módszereket illetően, amelyek segítségével környezettudatosabb életmódra válhat saját otthonában is (Konkrét példákat lásd a 6.1. fejezetben).

2.5. A globalizációtól a lokalizációig

A zöldebb gondolkodásmódra való átállás mellett egy másik tényező is új trendet kezdett teremteni a turizmus piacán. A globalizációs tömegtermékek helyett egyre inkább a személyre szabottság vált preferálttá, a zsúfolt topdesztinációk mellett a kevésbé ismert célpontok kezdtek teret hódítani. A slow, azaz a lassú turizmus az overturizmus ellenirányzatát képviseli. Nem célja, hogy óriási élményadaggal lássa el az utazót, inkább arra kívánja ösztönözni, hogy álljon meg egy rövid időre, és csodálkozzon rá egy-egy szép természeti értékre vagy történelmi emlékre (Fullagar et al., 2012). A tömegturizmussal ellentétben az óriási élményadag helyett a pozitív turizmusban is a minőségibb élmények biztosítása a cél, amellyel párhuzamosan különféle személyiségfejlesztő és gondolkodásmód formáló előadások, játékos feladatok lebonyolítására kerül sor. A kívülről kapott élmények aránya kisebb, több belső élmény megtapasztalása a fő cél.

A totális turizmus paradigmájának széleskörű tudatosítása a szolgáltatók és a lakosság körében a Magyar Turisztikai Szövetség egyik legfontosabb célkitűzésévé vált. Ennek értelmében mindenki vendég, az utazás életformává vált, a fogadó oldalon pedig mindenki potenciális vendéglátó (Magyar Turisztikai Szövetség, 2018). Ennek legfőbb oka a Magyar Turisztikai Ügynökség szerint, hogy a helyiekkel való interakció nagyon fontossá vált a turisták számára, akik egy egyedi, autentikus élményt keresnek, és maguk is részt kívánnak venni ennek kialakításában (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2017).

2.6. A transzformációs turizmus elterjedése

A tömegturizmus ellenpólusaként említhető a transzformációs turizmus is, melynek Régi és társai szerinti lényege, hogy az utazás során szerzett élmények, tapasztalatok hatására egyfajta belső változáson megy keresztül az utazó, amelynek következtében szinte más emberként

térhet vissza otthoni környezetébe, önmagát és a világot más színben látva, megújult gondolkodásmóddal (Régi, Rátz, Michalkó, 2017). A pozitív turizmus esetében is végbemegy a transzformáció, azonban van egy olyan „lelki vezető”, aki koordinálja a turistát az átváltozás megélésének útján, és vezeti őt a kitűzött cél felé. Ezesetben tehát egyfajta generált légkörről beszélhetünk, amelyben az utazó gondolkodásmódja formálódhat, nem pedig egy olyan természetes atmoszféráról, amely a helyi lakosság gondolkodásmódjából, szokásrendszeréből fakad, mint a transzformációs turizmus esetében.

2.7. Az egészségpszichológia kialakulása

Annak ellenére, hogy a pozitív egészség létjogosultsága már a 20. század elején megszületett (Leete, 1922), nagyon sokáig a pszichológiában csupán a negatív egészség fogalmáról, a betegségek kialakulásáról, a stressz jellemzőiről beszéltek, de ez nem elegendő ahhoz, hogy az úgynevezett jóllét állapotának eléréséről elegendő információt tudjanak szolgáltatni, illetve a pozitív egészség témáját megfelelően körbe tudják járni (Drew, Kiecolt-Glaser, 1998). A pozitív egészség aspektusainak kutatása során kapott eredmények azt indukálták, hogy egy önálló ágazat jöhetett létre a klinikai pszichológiában egészségpszichológia néven, mely az egészség megőrzésével, visszanyerésével és fejlesztésével kapcsolatos pszichológiai tényezőket vizsgálja (Magyar Pszichológiai Társaság, év nélkül). Az egészségpszichológia képezi a pozitív turizmus pszichológiai alapját.

2.8. Az egészségturizmus térhódítása

Az egészségturizmus egy olyan, folyamatos növekedésnek, bővülésnek örvendő turisztikai ágazat (Erfurt-Cooper, Cooper, 2009), amely a kikapcsolódás, regenerálódás iránti igényünket hivatott kiszolgálni. A Rátz-féle elmélet szerint elmondható, hogy az egészségturizmusban a turista utazásának fő motivációja egészségi állapotának javítása vagy megőrzése, tehát a gyógyulás vagy a megelőzés. Az egészségturizmus két alszektorra tagolható, a gyógyturizmusra és a wellness turizmusra (Rátz, 2001).

A wellness turizmus alszektorait tekintve elmondható, hogy számos lelki alapú kurzus létezik már, amelyet a wellness keretei között valósítanak meg (pl. meditáció, yoga, mindfulness, Ayurveda). A pozitív turizmus esetében azonban egy olyan kollaborációról beszélhetünk, amelyben a pszichológiai szakértelem a turisztikai térbe helyeződik ki. Itt olyan szakemberek képzésére lenne szükség, akik pszichológiai végzettséggel rendelkeznek, azonban szívesen ötvöznék szaktudásukat természetszeretetükkel és környezetbarát gondolkodásmódjukkal.

2.9.1. A holisztikus turizmus megjelenése

A holisztikus turizmus a wellness turizmus egyik alfaja, melyben Smith elmélete szerint „*a lélek helyeződik a középpontba, a stressz hátrahagyása a cél különféle fizikai, mentális és kreatív tevékenységek végzése során. Felfedezhetünk benne vallási és jógaturisztikai jellemzőket*” (Smith, 2003, 103.o.). Elmondható a pozitív turizmusról, hogy a holisztikus turizmus jegyeit magán viseli, mivel cél a stressz elhagyása, és a vallás valamint a jóga is közvetítő szerepet kaphat az egyes kurzusok alkalmával. Esetünkben azonban nem elsősorban a fizikai, mentális és kreatív tevékenységek segítenek abban, hogy elérhessük a lelki felszabadulást, ezek csak a lélekfejlesztő és perspektívaformáló gyakorlatok sikerének fokozásához járulnak hozzá.

3. Miért van szükség a pozitív turizmusra?

Egy magyar lakosságot vizsgáló kutatás során megállapították, hogy általánosságban véve nemcsak az mondható el rólunk, hogy zárkózott nemzet vagyunk, hanem ezenfelül normazavarokkal, erős igazságtalanságérzettel és bizalomhiánnyal is küzdünk (Tárki Társadalomkutatási Intézet Zrt., 2009).

Globális szinten is számos lelki gond fizikai lecsapódása okozhat problémát egészségi állapotunkban. A WHO – Global Health Estimates 2018-ban kiállított egy diagramot a 10 legfőbb halálozási okról világviszonylatban a 2016-os évet tekintve. Rengeteg ember halálát okozta például a szívkoszorúér-betegség, a stroke (akut agyi érkatasztrófa), illetve a tüdő megbetegedése, melyet főként a dohányzás válthat ki. Mindezen halálozási okok kialakulásához nem kis mértékben hozzájárulhattak az elraktározott, nem megfelelően kezelt negatív stresszek (WHO – Global Health Estimates, 2018).

A pozitív turizmus a stressz kezelése nyomán felmerülő szükségletünkre kíván válaszolni különféle pszichológiai módszerekkel, amelyek elsajátítása során nem csupán tanulhatunk, hanem számos élményben is gazdagodhatunk a turisztikai térben, közel a természethez, és több, fizikai feltöltődést elősegítő szolgáltatást is igénybe vehetünk.

Továbbá egyre égetőbb problémát kezd jelenteni a környezetszennyezés, melynek következtében bolygónk egészségi állapota rohamosan romlik. KSH adatszűrés alapján megtudtam, hogy Magyarországon 2019-ben mindössze az elszállított hulladék 20%-a volt szelektíven gyűjtve. Ez az arány még abban a tekintetben is alacsonynak mondható, hogy 2006-hoz képest már 15%-os növekedés volt tapasztalható (Központi Statisztikai Hivatal, 2020). A pozitív turizmuson belül szeretnék erre a területre is nagy figyelmet fordítani.

4. Primer kutatás

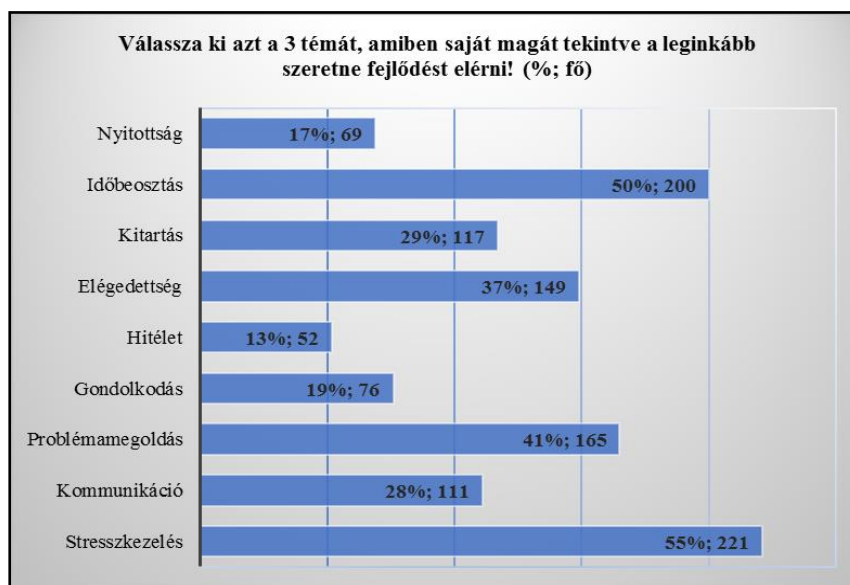
Kutatásom során négy hipotézist fogalmaztam meg, amelyek bizonyosságát több szempontból vizsgáltam.

4.1. Első hipotézis

H1: Az embereknek szüksége lenne olyan stresszkezelési módszerek elsajátítására, amelyekkel megkönnyíthetik mindennapi életüket.

Az első két kérdésben egy-egy ötfokozatú Likert-skálán kellett elhelyezni mindenkinek saját magát, mégpedig aszerint, hogy milyen gyakran érzi magát stresszesnek a mindennapokban, és meglátása szerint mennyire hatékonyan tud megküzdeni a napi szintű stresszhatásokkal. Az első kérdés válaszai alapján a 35% általában (3), míg 32% gyakran (4) stresszesnek érzi magát a mindennapokban. Az egyénileg megítélt stresszekkel való megküzdési képesség esetében a leggyakrabban előforduló érték, a módusz a 4-es lett. Jobb oldali aszimmetria tapasztalható ($A = -0,403$), tehát a válaszadók inkább pozitívabban értékelték a megküzdési képességüket. Az eredmények alapján arra tudtam következtetni, hogy bár a válaszadók általában képesnek vélik magukat az őket bombázó stresszhatásokkal való megküzdésre, mégis sokan eléggé stresszesnek érzik magukat a mindennapokban. Ennélfogva a hipotézisünk elfogadhatóvá válhat, hiszen hasznos lehet olyan módszereket tanítani az embereknek, amelyekkel könnyebben túl tudnak jutni a napi nehézségeken, és amelyek segítségével kevésbé feszültnek, és szabadabbnak érezhetik magukat, miközben megküzdenek a mindennapok stresszhatásaival. Ezt az állítást támasztja alá az alább látható diagram is, amely azt hivatott szemléltetni, hogy az egyének mely területen szeretnék a leginkább fejlődést elérni saját személyiségüket, életüket illetően. Az ábráról könnyen leolvasható, hogy az emberek 55%-a szeretne fejlődni a stresszek kezelését illetően, ugyanis a legtöbb szavazatot (221) ez a kategória kapta. Ez az eredmény is bizonyítja a H1-es hipotézis elfogadhatóságát.

1. ábra: Válassza ki azt a 3 témát, amiben saját magát tekintve a leginkább szeretne fejlődést elérni!



Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2021.

Khi négyezt próbával megállapítottam azt is, hogy nincsen kimutatható kapcsolat aközött, hogy ki milyen gyakran űz olyan tevékenységet, amely ki tudja kapcsolni, és ki mennyire érzi magát stresszesnek a mindennapokban ($P=0,2826$). A kitöltők eredményei alapján tehát nem befolyásolja a kikapcsolódással eltöltött idő a napi stresszszint alakulását. Ezáltal kijelenthetjük, hogy ahhoz, hogy jól meg tudjunk birkózni a minket támadó negatív stresszekkel, nem elegendő, ha eltereljük a figyelmünket róluk valamely szabadidős tevékenységgel, a probléma gyökerét is érdemes lenne kezelni. Ez az állítás is a H1 hipotézis elfogadhatóságát támasztja alá.

Az eredmények alapján tehát a H1 hipotézist elfogadhatjuk, miszerint az embereknek szüksége lenne olyan stresszkezelési módszerek elsajátítására, amelyekkel megkönnyíthetik mindennapi életüket.

5.2. Második hipotézis

H2: A potenciális fogyasztók tudnak azonosulni a pozitív turizmus alapelveivel, miszerint a kikapcsolódás mellett a személyiségfejlesztés is fontos szempont lehet a nyaralás során.

Elsődleges szempont a pozitív turizmusban a turisztikai tevékenységgel egybekötött tanulás. Egy négyfokozatú Likert-skálán mértem, hogy a kitöltők mennyire szívesen vennének részt egy olyan wellness hétvégén, ahol a kikapcsolódás mellett a fentebb megjelölt 3 fő témáról is tanulhatnak (Lásd 1. ábra). Lényegében ez volt az a kérdés, amely a legfontosabbnak tekinthető a téma szempontjából, hiszen a pozitív turizmus újszerűsége leginkább a pszichológia által nyújtott lelki és mentális, valamint a turizmus által kínált fizikai feltöltődés

egybefonódásában rejlik. Elmondhatjuk, hogy az ötlet rendkívül pozitív fogadtatásban részesült, mivel a kitöltők 53%-a jelölte a maximális (4) értéket, tehát örömmel részt venne ilyesmiben, míg 30% inkább kipróbálná (3), és csupán 19% válaszolt nemmel az ötletre (2 és 1).

Ez az eredmény a H2 hipotézis elfogadásának kedvez, miszerint a potenciális fogyasztók szimpatizálnak a pozitív turizmus alapelveivel, ami kimondja, hogy a kikapcsolódás mellett a személyiségfejlesztés is fontos szempont lehet a nyaralás során.

5.3. Harmadik hipotézis

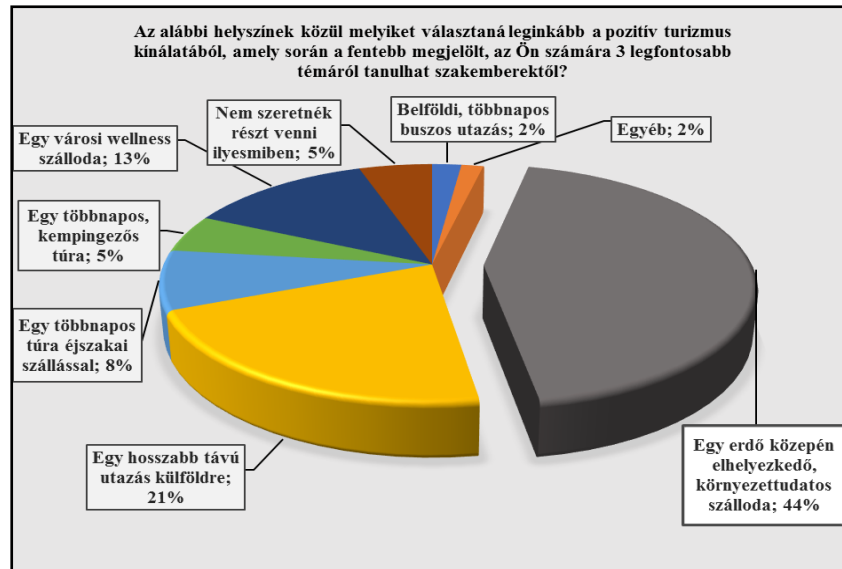
H3: Fontos szempont a pozitív turizmusban a potenciális fogyasztók számára a természetközelség.

A harmadik hipotézisem szerint a természetközelség fontos szempont lehet a pozitív turizmusban. Egy négyfokozatú Likert-skálán mértem, hogy a válaszadók mennyire szeretnek a természetben időt tölteni. Nagyon nagy arányban képviseltették magukat azok, akik teljes mértékben szeretnek (72%), és azok is, akik inkább szeretnek (24%) a természetben időzni. Ez azt jelenti, hogy mindössze 4% válaszolt nemmel, vagy inkább nemmel a kérdésre. A szakirodalomból tudjuk azt is, hogy a természetben töltött idő egészségi állapotunkra is pozitívan hathat (Annerstedt et al., 2010; Keniger et al., 2013; Cox et al., 2017). Ennek alapján feltételezhető, hogy lenne relevanciája annak, hogy a pozitív turizmus irányzatát a természetközelség jegyében valósítsuk meg, hiszen az irányzat fontos célnak tekinti a fogyasztók életminőségének javítását és ezáltal egészségi állapotának fenntartását, ami elkezdődhet bennük azáltal, hogy a pozitív turizmus részeseivé válnak. Ez a tény tehát a H3 hipotézis elfogadhatóságának kedvez. Szignifikáns kapcsolat függetlenségvizsgálat alapján nem volt kimutatható az egyes korosztályok és a természetszeretet között, mivel az empirikus szignifikancia szintre nagyobb értéket kaptunk mint 0,05 ($P=0,8933$).

Egy másik kérdésre adott válaszok megoszlását – amely konkrétan a pozitív turizmusban való részvétel esetén választott helyszínre vonatkozott – az alább látható 3D kördiagram szemlélteti. A válaszadók 44%-a azt jelölte, hogy legszívesebben egy erdő közepén elhelyezkedő, környezettudatos szállodát választana a pozitív turizmusban való részvétele helyszínének. Ezzel a magas aránnyal a legtöbb szavazatot messze ez a lehetőség kapta. Az erdő konkrétan maga a természet, ennél fogva arra a következtetésre jutottam, hogy a potenciális fogyasztók a pozitív turizmus részeseivé válva szívesen tartózkodnának a természet közelében, megszerezve a lehetőséget, hogy azzal teljes harmóniába kerülhessenek. Az erdei szállodát és a túrákat választók aránya összegezve 57%, ami azt jelenti, hogy a válaszadók

több mint fele vagy az erdei szállodában vagy valamely túra alkalmával szeretne a pozitív turizmus résztvevőjévé válni, ami azt támasztja alá, hogy a pozitív turizmus természetközelsége fontos szempont a potenciális fogyasztók számára.

2. ábra: Az alábbi helyszínek közül melyiket választaná leginkább a pozitív turizmus kínálatából, amely során a fentebb megjelölt, az Ön számára 3 legfontosabb témáról tanulhat szakemberektől?



Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2021.

Ezen érvek alapján megállapíthatjuk, hogy a H3 hipotézis teljesül, miszerint fontos szempont a pozitív turizmusban a potenciális fogyasztók számára a természetközelség.

5.4. Negyedik hipotézis

H4: A pozitív turizmus potenciális fogyasztói szimpatizálnak az irányzat környezetvédelem iránti törekvéseivel.

Az egyik kérdésben szerettem volna megtudni, hogy hányan próbálnák ki az általam illusztrált környezettudatos szállodát nyaralásuk alkalmával a megszokott arculatú szállodák helyett. A kitöltők 94%-a igennel válaszolt, és mindössze 6% jelölte, hogy inkább a megszokott arculatú szállodáknál maradna. Ebből arra a következtetésre jutottam, hogy az emberek alapvetően nyitottak lennének különféle alternatív megoldások befogadására a szálláshely szempontjából is, ha az igényes, jól felszerelt, és olyan különlegességgel bír, amely újszerű élményt tud biztosítani számukra. A pozitív turizmus pontosan ilyen szálláshelyek megvalósítását tűzi ki célul, amely törekvés a kérdésre kapott válaszok alapján sikeres lehet a potenciális fogyasztók körében (Lásd 5. fejezet). Ez alapján arra következtetek, hogy a H4 hipotézis teljesülhet.

A pozitív turizmusban a turistákat részvételük során szeretnénk megismertetni különböző környezetvédő praktikákkal, amelyeket otthonaikban is tudnak alkalmazni. Szerettem volna

választ kapni arra a kérdésre, hogy mennyire lennének nyitottak a fogyasztók arra, hogy a nyaralásuk során lássanak olyan egyszerűen megvalósítható környezetvédő praktikákat, amelyeket „hazavihetnek” magukkal. Nagy meglepetésemre rengetegen támogatták ezt a törekvést, ugyanis a válaszadók 96%-a azt jelölte, hogy szívesen látna ilyen módszereket, praktikákat nyaralása során. A nagyarányú érdeklődés azt a tényt támasztja alá, hogy a pozitív turizmus környezetvédelem iránti törekvéseivel ezen a téren is tudnak azonosulni a fogyasztók.

A felsorolt érvek alapján kijelenthetjük, hogy a H4 hipotézis – mely szerint a pozitív turizmus potenciális fogyasztói szimpatizálnak az irányzat környezetvédelem iránti törekvéseivel – elfogadható.

5. Eredmények értékelése, következtetések

A kérdőív eredményei alapján elmondhatjuk, hogy a pozitív turizmus mint új irányzat igencsak pozitív fogadtatásban részesült a közel 400 kitöltő véleménye alapján.

5.1. Környezettudatos erdei szálloda

A pozitív turizmusban való részvétel esetén a kapott eredmények alapján a legtöbben (44%) egy erdő közepén elhelyezkedő környezettudatos szállodában szeretnék tölteni idejüket. Az alábbiakban szeretném kifejtetni, hogy elképzelésem szerint hogyan is szerveződne pontosan ez a szálloda.

5.1.1. A környezettudatos szálloda felépítése

Olyan környezetet biztosítanánk a turisták számára, amelyben a fenntarthatóság jegyei megjelennek mind a külső elemek, mind pedig az enteriőr tekintetében. Az általam elképzelt zöld hotel leginkább a külföldön elterjedt dómházakhoz hasonlítana, amelyek kívül üvegborítással vannak fedve. Nem egy nagy hotelt képzelek el, hanem több kisebb épületet, hogy ne alakuljon ki túl nagy tömeg, és elkülönülhessenek azok, akik családdal, kisgyermekkel érkeznek azoktól, akik párban, egyedül, baráti társasággal vagy munkatársaikkal keresik fel a hotelt. A lehető legtöbb esetben természetes anyagok felhasználására kerülne sor az építkezés során. A megújuló energiaforrások használatát preferálnánk, leginkább a napenergiára összpontosítva, amelyet a víz melegítésénél és a fűtésnél tudnánk a leghatékonyabban felhasználni. A szállodát rendkívül sok zöld és virágos növény övezné kívül-belül. Továbbá olyan szökőkút kialakítását terveznénk meg, amely az esővíz felhasználásával működtethető. A szennyvíz elvezetését lehetőség szerint gyökérszennyvíztisztító rendszerrel oldanánk meg.

5.1.2. A vendégekört érintő zöld módszerek:

A hotel területén energiatakarékos égőket használnánk a világításhoz, valamint a szobákban található lámpák és televízió kapcsolóin „Ne felejts el lekapcsolni!☺” feliratokat helyeznénk el. A takarítás során környezetbarát tisztítószerket és újrahasznosított anyagból készült eszközöket használnánk. A hotelvendégeket arra kívánjuk ösztönözni, hogy minél kevesebb törölközőt fogyasszanak ott tartózkodásuk során. Azokat, akik 3 éjszaka eltöltése alatt nem kérnek törölközőcserét, egy-egy ajándék üdítőitaljal jutalmazzuk, amit a szálloda bárjában fogyaszthatnak el. A hotel berendezésében sok olyan modern bútort használnánk, amelyek újrahasznosított anyagokból készültek.

Átfogó újrahasznosító programot dolgoznánk ki, amelyben a hotel területén keletkező hulladék elkülönítésére és további útjának kidolgozására nagy hangsúlyt fektetnénk. A vendégeket a szelektív hulladékgyűjtésre ösztönöznénk, a szobákban a figyelem felkeltésére alkalmas matricákkal látnánk el a szemeteskukákat. Azokat, akik a szállodában való tartózkodásuk során valamikor megtekintenek egy 10 perces kisfilmet arról, hogy otthoni keretek között milyen módszerekkel tudunk hozzájárulni bolygónk védelméhez, ajándéktárgyakkal jutalmazzuk.

5.1.3. Étkezés, wellness, fitness:

A legtöbb esetben a helyi gazdálkodóktól vásárolt élelmiszeralapanyagokat használnánk az ételkészítés során, ahol a magyar ételkülönlegességek mellett vegetáriánus és vegán étrendet követők, valamint többféle ételérzékenységgel és -allergiával élők is tudnának számukra megfelelő étkezésben részesülni. A műanyaghasználat csökkentése céljából a legtöbb élelmiszeralapanyagot környezetbarát tárolóban szeretnénk elraktározni, amit a beszerzés során előre egyeztetünk szállítóinkkal.

Többféle wellness szolgáltatást is kínálnánk a vendégek számára: élmény- és relaxációs medencék, szaunák, különleges anyagok felhasználásával kapható masszázások, speciális-és gyögmasszázások, meditációs kurzusok, kirándulások, gyalogos- és kerékpártúrák, fitnessprogramok és pszichológus munkatársak állnának a vendégek rendelkezésére.

5.1.4. Témahetek: a hotel legfőbb különlegessége

A hotel fő különlegessége az lenne, hogy meghatározott időszakonként különböző kurzusokat indítanánk, amelyeket minden esetben hozzáértő szakemberek vezetnének, akiket meginvitalnánk az egyes alkalmakra a szállodába. Ezeket az alkalmakat témaheteknek neveznénk, amelyek egy-egy lelki dologra vagy valamely fontos életterületre fókuszálva

valósulnának meg. A szakértők segítségével célcsoportonként más-más programot állítanánk össze az egyes témák feldolgozásához, hogy azok a lehető leghatékonyabban és legélvezetesebb módon kerülhessenek elsajátításra.

A kérdőív eredményei alapján a legnagyobb érdeklődés a stresszkezelés- és problémamegoldás iránt mutatkozott. Ennek értelmében a szezon során a legtöbb témahéten ezt helyeznénk fókuszba, de egyéb más témákat is feldolgoznánk a fogyasztók érdeklődésének megfelelően.

Amellett, hogy vendégeink tanulhatnak az adott témáról, több élményben is részük lehet, hiszen számos kirándulás, gyalogos-és kerékpártúra, medencés program és egyéb izgalmas lehetőség is várja majd őket a programcsomagon belül, amelynek kivitelezését minden célcsoport esetében a szálloda munkatársai tökéletesítik. A szálloda saját pszichológusokkal is rendelkezik, akiket az érkező vendégek felár ellenében kereshetnének meg. Azáltal, hogy a pozitív turizmus résztvevői jelentkeznek valamilyen lelki témájú kurzusra, ráléphetnek a fejlődés útjára, és megtapasztalhatják olyan módszerek hatékonyságát, amelyeket elkezdhetnek beépíteni életükbe, és kitartó munka során akár szokásukká is tehetnek.

Összegzés

Kutatásom eredményei alapján elmondható, hogy feltételezésem, miszerint a pozitív turizmusnak van létjogosultsága, beigazolódott. Pozitívként említhető, hogy viszonylag nagy volt a kitöltők létszáma, hiszen 400 fő véleményét vizsgálhattam. Kevés volt azonban a férfi a válaszadók között, ugyanis mindössze 54 fő töltötte ki a kérdőívet. Továbbá a mintavételi módszerem a hólabda technika volt, amelyből következően főként az Észak-magyarországi régióban élők töltötték ki a kérdőívet.

Későbbi kutatások során érdemes lehet foglalkozni az irányzat megalakításának további lehetőségeivel, a környezettudatos szálloda megvalósítása esetén szóba jövő helyszínek vizsgálatával, és a további termékötletek realizálásának konkrétumaival. A potenciális fogyasztók ötlet iránt tanúsított lelkesedésétől inspirálva bízom abban, hogy egy szép napon egy már megvalósult, sikeresen működő turisztikai irányzatként fogjuk emlegetni a pozitív turizmust.

Irodalomjegyzék

Szakirodalom

KÖNYV, KÖNYVRÉSZLET

- Erfurt-Cooper, P. – Cooper, M. (2009): *Health and Wellness Tourism: Spas and Hot Springs*. Channel View Publications, Bristol, Buffalo, Toronto.
- Fehérvölgyi B. – Hajmágy Gy. – Madarász E. (2019): Naggyon Balaton... – A túlturizmus jelensége a Balaton térségében. In *Turizmus, fogyasztás, generációk. II. Nemzetközi Turizmus Konferencia*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 335-336. oldal.
- Filep, S. – Laing, J. – Csíkszentmihályi, M. (eds.) (2017): *Positive Tourism*. Routledge, London, New York.
- Fullagar, S. – Markwell K. – Wilson E. (eds.) (2012): *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*. Channel View Publications, Bristol.
- MacCannell, D. (1976): *The Tourist. A new Theory of the Leisure Class*. Schocken Books, New York.
- Michalkó G. (2016): *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Peters, F. H. (1906): *The Nicomachean Ethics of Aristotle*. Kegan Paul, Trench, Trübner&CO., Ltd., London.
- Régi T. – Rátz T.– Michalkó G. (szerk.) (2017): *Turizmus és transzformáció*. Turizmus Akadémia 8. Kodolányi János Főiskola, Orosháza-Budapest.
- Szondy M. – Martos T. (2014): *A boldogság három arca: a Boldogság Orientáció Skála magyar változatának validálása*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

FOLYÓIRATCIKK

- Annerstedt, M. – Norman, J. – Boman, M. – Mattsson, L. – Grahn, P. – Währborg, P. (2010): Finding Stress Relief in a Forest. *Ecological Bulletins*, (53), 33-42. oldal. Letöltve: 2021. február 13. <http://www.jstor.org/stable/41442017>
- Cox, D. – Shanahan, D. – Hudson, H. – Plummer, K. – Siriwardena, G. – Fuller, R. – Gaston, K. (2017): Doses of Neighborhood Nature: The Benefits for Mental Health of Living with Nature. *BioScience*, 67(2), 147-155. oldal. Letöltve: 2021. február 13. <https://www.jstor.org/stable/90007738>
- Drew, J. – Kiecolt-Glaser, J. (1998): Defining Wellness: Stress, Illness, and the Application of Existing Knowledge. *Psychological Inquiry*, 9(1), 37-40. oldal. Letöltve: 2021. január 11. <http://www.jstor.org/stable/1449608>
- Happ É. (2014): Fanntartható turizmus és felelősségvállalás. *Gazdaság & Társadalom (Journal of Economy & Society)*, 2014/1, 92. oldal. Letöltve: 2021. 01. 08. http://real.mtak.hu/36406/1/GT_2014_1_07_Happ.pdf
- Keniger, L.E. – Gaston, K.J. – Irvine, K.N. – Fuller, R.A. (2013): What Are the Benefits of Interacting with Nature? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 10: 913–935. oldal. Letöltve: 2021. 01. 13. <https://www.mdpi.com/1660-4601/10/3/913>
- Leete, H. (1922): Positive Health. *The American Journal of Nursing*, 22(10), 816. oldal. Letöltve: 2021. január 20. <http://www.jstor.org/stable/3406616>

- Rátz T. (2001): Zennis és Lomi Lomi, avagy Új trendek az egészségturizmusban. *Turizmus Bulletin*, 5. évf. 4. szám, 7-16. oldal. Letöltve: 2021. 01. 18. https://mtu.gov.hu/documents/prod/T_bulletin_2001_04.pdf#page=11
- Ryan, R. M. – Deci, E. L. (2001): On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being. *Annual Review of Psychology*, 52: 141–166. oldal. Letöltve: 2021. március 31. <https://www.wisebrain.org/papers/HappinessLR.pdf>
- Smith, M. (2003): Holistic Holidays: Tourism And The Reconciliation of Body, Mind and Spirit. *Tourism Recreation Research*, Vol. 28(1), 103-108. oldal. Letöltve: 2021. 01. 08. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.2003.11081392>
- UNWTO (2017b): *Tourism Highlights – 2017 Edition*. 2-3. oldal. Letöltve: 2021. 01. 10. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
- Waterman, A. S. (1993): Two Conceptions of Happiness: Contrasts of Personal Expressiveness (Eudaimonia) and Hedonic Enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(4), 678–691. oldal. Letöltve: 2021. március 31. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.907.5829&rep=rep1&type=pdf>
- Egyéb forrásmunkák**
- WHO – Global Health Estimates (2018): *Deaths by Causes, Age, Sex, by Country and by Region, 2000-2016*. Genova
- Központi Statisztikai Hivatal (2020)
- Lexiq (év nélkül): *Overtourism*. Letöltve: 2021. 01. 12. <https://lexiq.hu/overtourism>
- Magyar Pszichológiai Társaság (év nélkül): *Egészségpszichológia*. Letöltve: 2021. 03. 02. <http://mpt.hu/egeszsegpszichologia/>
- Magyar Turisztikai Szövetség (2018): *Paradigmaváltás, szemléletváltás, szemléletformálás*. Letöltve: 2021. 02. 16. <https://www.magyardurisztikaiszovetseg.hu/2018/02/paradigmavaltasszemleletvaltas-szemleletformalas/>
- Magyar Turisztikai Ügynökség (2017): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030*. Letöltve: 2021. 01. 31. https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu_strategia_2030.pdf
- Tárki Társadalomkutató Intézet Zrt. (Tóth István György vezetésével) (2009): *Bizalomhiány, normazavarok, igazságtalanságérzet és paternalizmus a magyar társadalom értékszerkezetében („A gazdasági felemelkedés társadalmi-kulturális feltételei” című kutatási program zárójelentésének főbb megállapításai)* Letöltve: 2020. 12. 20. https://www.tarki.hu/hu/research/gazdkult/gazdkult_elemzeszaro_toth.pdf
- UNEP – WTO (2005): *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy-makers* Letöltve: 2021. 01. 14. <https://www.sustainablesids.org/wp-content/uploads/2016/11/UNEP-WTO-2005-Making-tourism-more-Sustainable-A-guide-for-policy-makers.pdf>
- UNWTO (2020): *International Tourism and Covid-19*. Letöltve: 2021. 01. 10. <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>

AZ ÖNÉLETRAJZ KRITÉRIUMAI ÉS JELENTŐSÉGE NAPJAINKBAN

MOLNÁR ESZTER ZSUZSANNA

Emberi erőforrások BA, II. évfolyam

Témavezető:

Matiscsákné dr. Lizák

Marianna

mesteroktató

Bevezetés

Kutatásom témája az önéletrajz. Ez az első dokumentum a munkáltató és a leendő munkavállaló között. Az önéletrajzok alapján történő szelektálás a kiválasztási folyamat egy, és általában első eljárási formája. Éppen ezért rendkívül fontos dokumentum, viszont napjainkban a technológia hihetetlen gyorsasággal fejlődik, már a pályázati anyagot is online adjuk be a legtöbbször, így erről a kutatás során felmérést készítettem. A kiválasztási folyamatokra is hatással van a digitalizáció, hiszen már léteznek toborzást és kiválasztást segítő számítógépes programok, mint a Smart Recruiters (interjú_5), ATS (Bergman, 2016.), vagy éppen a Burning Glass programja (Laufer, 2009. pp. 39). Emellett változásokat okozhatott még a kiválasztási folyamatban a Covid-19 járvány is. Kutatásom során arra kerestem a választ, hogy az önéletrajz jelentőségében pozitív vagy negatív változás történt-e, akár a jelenlegi helyzetet tekintve, akár az elmúlt pár évet (5-10 év távlat). Ezen tényezők mellett még a jelentkezési lap elterjedése is háttérbe szoríthatja az önéletrajzok fontosságát, hiszen a formanyomtatványban szereplő, cégre szabott kérdések könnyebben megválaszolhatóak. A kérdés így az, hogy vajon a HR-esek melyik dokumentumtípust preferálják jobban, és miért.

Ezt követően a kutatásom másik része az önéletrajz kritériumainak meghatározásáról szól. „Gyakran az önéletrajz az egyetlen eszköz az álláskereső kezében, (...) tartalmából (...) egyértelműen ki kell derülnie, hogy (...) a legalkalmasabb a szóban forgó munkakörre pályázó jelöltek közül” (Pintér, 2003. pp. 164-165.). A toborzást és kiválasztást végző személy figyelmének felkeltése az első szempont. Választ kerestem tehát arra is, hogy egy jól elkészített önéletrajz mennyire befolyásolja a sikerességet az álláskeresés alkalmával. Emellett a kutatás eredményeinek bemutatása során részletesen végigmegyek az önéletrajz

pontjain, kitérek a formai és tartalmi követelményeire, amit a szakirodalmi, illetve az interjú alanyok által megadott szempontok és tanácsok alapján fogalmazok meg.

Kutatásmódszertan

Szekunder adatgyűjtésként szakkönyveket, releváns folyóiratokat és internetes cikkeket tanulmányozok át. Ez utóbbira nem támaszkodom jelentősen, csupán trendkövetés céljából építem bele a kutatásba, számottevően az interjúk eredményeivel fogom összevetni azokat, amivel arra szeretnék rámutatni, hogy az interneten böngésző állás keresők mennyire kapnak releváns tanácsokat a cikkeken keresztül. Szekunder adatgyűjtés folyamán tartalom analízist hajtok végre, kvalitatív, tehát minőségi ismérvekkel dolgozom.

A primer kutatás során mélyinterjúkat készítettem 7 emberi erőforrások szakterületen dolgozóval. A minta kiválasztása szubjektív volt, az alapsokaság: HR munkatársak. A design keresztmetszeti. A primer adatgyűjtés során is tartalom analízist végeztem, minőségi ismérveket vizsgáltam, elemeztem és dolgoztam fel. Az interjúk félig strukturáltak, mivel a kérdések szó szerint nem azonosak, alanyra szabottak, csak a téma megegyező. Ezen adatgyűjtés teljes mértékben anonim.

Az alanyok adatai a következők:

- **interjú_1:** nő, 33 éves, budapesti lakos, felsőfokú végzettségű, házas, 2 gyermekes, HR tanácsadó
- **interjú_2:** nő, 45 éves, városban lakik, felsőfokú végzettségű, elvált, 1 gyermekes, középvezető
- **interjú_3:** nő, 39 éves, városban lakik, felsőfokú végzettségű, házas, 2 gyermekes, HR business partner
- **interjú_4:** nő, 25 éves, városban lakik, felsőfokú végzettségű, középvezető
- **interjú_5:** nő, 25 éves, faluban lakik, felsőfokú végzettségű, HR business partner
- **interjú_6:** nő, 43 éves, városban lakik, felsőfokú végzettségű, házas, 2 gyermek, középvezető
- **interjú_7:** nő, 26 éves, városban lakik, felsőfokú végzettségű, HR munkatárs (jelenleg új munkahelyen próbaidős)

Az interjú végén végeztem egy tesztet, melynek során 3 önéletrajzból kellett kiválasztaniuk, a számukra legmegfelelőbbet, ami alapján a pályázót felhívnák. Az önéletrajzok a Mellékletben találhatóak. A „C” önéletrajzot a <https://szakmaioneletrajz.hu/oneletrajz-minta/> oldalról

töltöttem le, és az adatokat átemeltem az „A” és „B” önéletrajba, hogy a döntés alapja a külalak és a tartalom legyen ugyanattól a személytől.

Szakirodalmi áttekintés, szekunder kutatás

Elsősorban fontos meghatározni, hogy az önéletrajzírás a munkaerőbiztosítás témakörébe tartozik az emberi erőforrás gazdálkodáson belül. Ez utóbbi nagy témakör jelentős részét alkotja a személyzetbeszerzés, ami akkor hatékony, ha a szabad álláshelyek betöltésekor figyelembe van véve a szakképzettség, gyakorlat, fizetés, határidő stb. tényezői (Uglyai, 2005). A munkaerő-beszerzést négy szakaszra tudjuk bontani melyek a következők: toborzás, kiválasztás, alkalmazás és beillesztés (Juhász – Matiscsákné Lizák, 2013). A következőkben az első két folyamatot szeretném bemutatni.

A toborzás az álláskereső tájékoztatása az üres pozíciókról, vonzásuk a vállalathoz (Uglyai, 2005), „célja a potenciális munkavállalók felkutatása és megnyerése az üres álláshelyre” (Juhász – Matiscsákné Lizák, 2013). Ez történhet belső vagy külső forrásból. A toborzást végezheti:

- Kis szervezeteknél: HR szakember híján vagy a leendő vezetőre bízzák vagy külső HR szolgáltatóból vesznek igénybe.
- Közép vagy nagy vállalatoknál: szinte mindegyik kombináció előfordulhat.
- Nemzetközi vállalat: legtöbbször a helyi munkaerő-közvetítőre vagy fejvadász cégekre támaszkodni. (Karoliny – Poór, 2010. pp. 241)

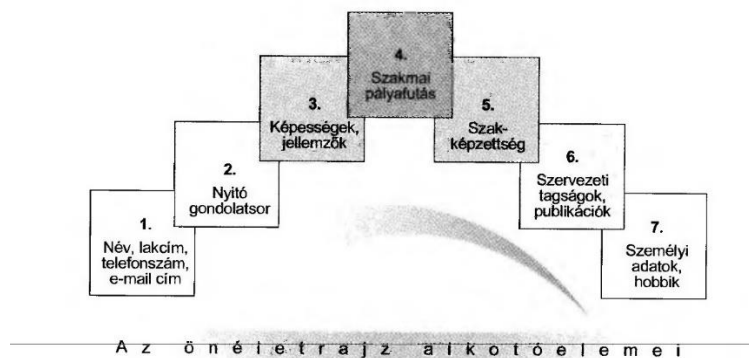
A dolgozatom szempontjából a folyamatot végző cégek, személyek meghatározása azért releváns, mert így látjuk, ki/milyen szervezet az álláshirdetés feladója, az elvárások meghatározója, amiknek majd meg kell felelni a munkára való jelentkezéskor, és többnyire közülük végzik később a kiválasztást is, vagy annak egy korábbi előszűrését.

A kiválasztás a toborzást követi. A kiválasztási folyamat az a szűrő, amely a felkínált munkaposztok követelményeinek és a pályázók tulajdonságainak, illetve elvárásainak megfelelését vizsgálva képes megbízható valószínűséggel rangsorolni az állás betöltésére alkalmas jelölteket. A kiválasztási eljárás tehát egy döntés-előkészítési folyamat, amelyben felméri, hogy az állásra jelentkezők közül melyik jelölt, milyen valószínűséggel lesz képes az elvárt teljesítmény elérésére (Juhász – Matiscsákné Lizák, 2013. pp. 89). A kiválasztás is történhet külső vagy belső forrásból. A külső forrásból történő kiválasztás egy módszere a pályázati anyag (pályázat, szakmai önéletrajz, kísérőlevél, mellékletek) vizsgálata. A pályázati anyag rendszerint az alábbiakból áll: kísérőlevél, önéletrajz, motivációs levél,

mellékletek (kért igazolások, dokumentumok, erkölcsi bizonyítvány, esetleg fénykép)” (Juhász – Matiscsákné Lizák. 2013. pp. 93.)

Az **önéletrajz** egyrészt önértékelési eszköz, másrészt a kiválasztás eszköze, ha jól elkészítjük, belépő lehet a személyes interjúhoz, továbbá ez lesz az első kép, benyomás a munkáltatónál (Vámosi, 2013. pp. 168.), mindig reprezentálja az álláskeresőt, stílusa és külső megjelenése a pályázóról fest képet (Pintér 2003. pp. 165.).

Az önéletrajz alkotóelemeit és típusait Pintér Zsolt *Hogyan csináljunk karriert?* című könyvének ábráival szeretném szemléltetni:



5. ábra: Az önéletrajz alkotóelemei

Forrás: Pintér, 2003. pp. 166.



6. ábra: Az önéletrajz típusai

Forrás: Pintér, 2003. pp. 166.

- Az 1. ábra megfelelően mutatja be az önéletrajz pontjait, tartalmi elemeit és annak fontosságát. Ez egy 2003-ban megjelent szempontrendszer, az interjúk során pedig bebizonyosodik majd, hogy napjainkban ez mennyire érvényes.

- A 2. ábra bemutatja az önéletrajz típusait és leírja, mikor, melyik formát ajánlott alkalmazni.

Az önéletrajz kritériumait, formai és tartalmi követelményeit az interjúk eredményeinek elemzésével egyidejűleg mutatom be és vetem össze a szakirodalmakban találtakkal.

Primer kutatás, az interjúk eredményei és értékelése

Bemutatom az interjúk által végzett kutatásomat három nagyobb részre bontva. Az első részben az önéletrajz jelentőségének változásairól lesz szó, külön kitérve a Covid-19 hatásaira, és külön az évek során történő változásokra. Ugyanitt lesz szó a jelentkezési lap elterjedéséről és használatáról, illetve az önéletrajzok beküldésének formájáról (online, nyomtatott papír, kézzel írt stb.). A második részben végigveszem az önéletrajz kritériumait, összevetem az interjúalanyok válaszait, azokat pedig mind a két rész esetében szakirodalmi vagy internetes forrásokkal is összehasonlítom. Végül a harmadik részben a tesztek eredményei is bemutatásra kerülnek, amiket az előzőekkel azonos módon értékelek.

Az önéletrajz jelentősége napjainkban

A **Covid-19** járványhelyzet az élet minden területén változtatásokra kényszerített bennünket, így történt ez a kiválasztási folyamatokat tekintve is. Az általam megkérdezett hét HR-es közül interjú_1 nem tudott választ adni, interjú_2 munkahelyén az önéletrajzokról áthelyeződött a hangsúly az online interjúkra, a többi öt alany viszont nem tapasztalt változást az önéletrajzalapú eljárás esetén, közülük pedig hárman arról számoltak be, hogy kizárólag a kiválasztás folyamatában történtek átalakítások, melyekre a következő példákat hozták:

- Online interjú volt, amit elsőkorossá tettek, majd egy személyeset is szerveztek. Volt hátulütője a technikai okok miatt (interjú_3)
- 70%-ban online interjúkat alkalmaztak (interjú_4)
- A személyes interjú előtt szerveztek egy online videóinterjút a vezetőkkel (interjú_5).

Napjainkban a technológia rettenetesen gyorsan fejlődik. Már természetessé vált számunkra a digitális eszközök használata a magánéletben és a munkahelyen egyaránt. Az interjú alanyai egyöntetűen azon a véleményen vannak, hogy az önéletrajz, mint első kiválasztási eljárás továbbra is szükséges, nem helyettesíthető teljes mértékben. Interjú_2 azt válaszolta, hogy nem tapasztalt változást az **évek során** ezzel kapcsolatosan, viszont erősen

gondolkodnak a munkahelyén online toborzási felület alkalmazásának indításán, illetve interjú_5-nek volt egyedül tapasztalata toborzó szoftver használatában: „használunk viszont egy Smart Recruiters nevű toborzás támogató programot, ahol lehetőség van arra, hogy az önéletrajzot kiváltva, a jelentkező bizonyos kérdésekre adott válaszai után, képet kapjunk a jelentkező szakmai tapasztalatairól, és mikor ezt beadják, hasonlít egy önéletrajzra”. Hozzátette, hogy ez nem minden esetben váltja ki az önéletrajzot.

A **jelentkezési lap** egy olyan formanyomtatvány, melynek „segítségével a szervezet igényeihez igazodó adatok, információk gyűjthetők a jelentkezőktől. Egységes szerkezete révén könnyebben használható a jelöltek összehasonlítására és jó alap lehet a saját adatbázis kialakításához” (Karoliny – Poór, 2010.). Ezzel nem teljesen értettek egyet a megkérdezett HR-esek:

- Ahol ilyet használtak, ott kértek önéletrajzot is, nem volt elegendő a jelentkezési lap. Kisebb munkára való felvételkor használható lehet (interjú_1).
- A HR-esnek fontos, hogy legyen önéletrajz, annak milyen a külalakja, sablon vagy sem, vannak-e benne rések, egyéniség megmutatása rendkívül lényeges. Ad egy irányt, hogy a pályázó megírta, foglalkozott vele, érdeklő ennyire az állás (interjú_2).
- Használtak jelentkezési lapot, gyárindításkor. Meg kellett tölteni a gyárat, olyan céltársaság volt, akiknek ezt könnyebb volt kitölteni. Később döntés jött, emelték a szintet így az önéletrajz lépett életbe, elhagyták a jelentkezési lapot. „Aki egy épp-kézláb önéletrajzot össze tud állítani, annak van esélye.” (interjú_3)
- Sokat elárul, hogy egy önéletrajzot hogyan szerkesztenek meg, de például a saját rendszerükbe, ha ezt valaki kitölti részletesen, akkor nem biztos, hogy külön bekér egy önéletrajzot. Viszont az is előfordul, hogy elnagyolják, és ebben az esetben szoktak önéletrajzot is csatoltatni. (interjú_5)
- Főleges dokumentumnak tartja a jelentkezési lapot, önéletrajz helyett nem elég, a kölcsönző cégek használják. (interjú_6)
- A jelentkezési lap, mint formanyomtatvány nem ér az önéletrajz nyomába, sosem lesz egyedi. (interjú_7)

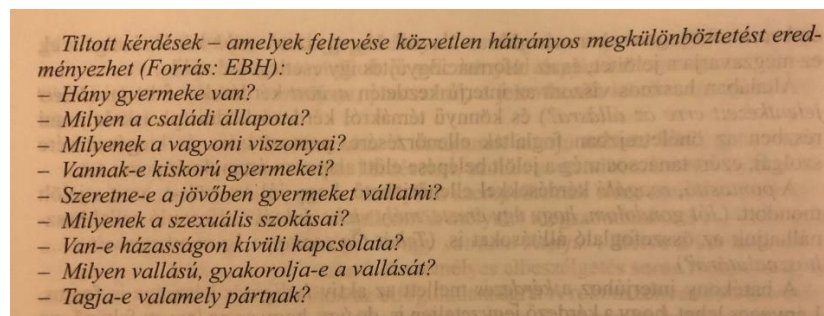
Összesítve, egyikőjük sem váltana át teljes mértékben jelentkezési lap használatára. A két dokumentum közötti hatalmas különbség az, hogy az önéletrajz az egyediségen alapszik (legalábbis a HR-esek ezt várják el tőle, ezért sem ajánlott sablonokat használni), addig a jelentkezési lap teljesen egységes.

Hétfől hét HR-es azt nyilatkozta, hogy **leggyakrabban online kapják** az önéletrajzokat, kivételek többnyire a fizikai állomány esetében vannak, amikor a jelentkező a portán adja be önéletrajzát papír alapon, ritkán kézzel írott formában (interjú_4, interjú_6, interjú_7), illetve van, ahol a bejáratnál jelentkezési lap kitöltésére van lehetőség (interjú_2). Vannak pedig munkahelyek, ahol működik szervezeten belüli ajánlás, vagy jelölttámogatási program, ekkor a kinyomtatott jelölttámogatási dokumentummal együtt kell az önéletrajzot eljuttatni a személyzetishez, általában az igényes munkatársak ezt borítékolják is (interjú_3, interjú_4).

Az önéletrajz kritériumai napjainkban

Szerkezetileg, ahogy már az önéletrajzok beküldési formáját vizsgálva leírtam, régen jellemző volt a kisesszé szerű, fogalmazásokkal, hosszú mondatokkal teli önéletrajz. A mai felgyorsult világban az önéletrajzok áttekintésére, kiválogatására egy HR-esnek nagyon kevés ideje van, így számukra az a megfelelő, ha a dokumentum könnyen átlátható. Az általam megkérdezett kiválasztást végző munkatársak kivétel nélkül a vázlatos önéletrajzot preferálják.

Vannak olyan **személyes adatok**, amikre az interjún sem szabad rákérdezni, mivel a pályázóra diszkriminatívan hathat. A tilos kérdések a következő ábrán olvashatóak:



7. ábra: Tiltott kérdések

Forrás: Karoliny – Poór, 2010.

Az 5. ábrán feltüntetett kérdésekre tehát az önéletrajzban sem kell választ adni, ezeket az információkat nem kötelező megadni, és nem is ajánlott (Pintér, 2003. pp. 186-187.).

Az interjú során többnyire négy adat került említésre: családi állapot, születési dátum, e-mail cím, lakcím. Ezen adatokkal kapcsolatos véleményeket fogom bemutatni, és javaslatot tenni a használatukra.

Családi állapot:

- Ha a jelentkezőnek családbarát munkahely kell, akkor írja bele, mert így csak azok a cégek hívják majd fel, akiknek ez nem okoz gondot. Egyébként nem döntési tényező. (interjú_1)
- Felesleges elem, ez már a cégüknél sem korlát. Odafigyelnek, hogy ez ne legyen megítélési pont. Diszkriminatívna tartaná interjún is ennek a megkérdezését. (interjú_5)
- Nem érdemes beleírni, de ha benne van nem szabad diszkriminatívan figyelni. (interjú_7)

A további négy alany sem tartja relevánsnak ezt az információt, vagy ha szükséges adat a cégnek, akkor az interjún kiderül (interjú_1, interjú_3). A végső javaslat így az, hogy inkább ne tüntessük fel ezt az adatot, ha csak nem érezzük szükségét az adott állás megpályázásakor (Fizel, 2013. pp. 24.)

„Soha ne írd az önéletrajzodba pl. *születési évet vagy életkort*” (Baráth, <https://gerillaoneletrajz.hu/az-oneletrajzok-10-legsulyosabb-hibaja/>). Ezt a tanácsot interjú_1 helytelenítette, amit érvekkel is alátámasztott: „Önmagát csapja be, aki azt hiszi ilyen praktikákkal eredményt lehet elérni. Lehet tagadni, de tény, hogy a kornak, van olyan pozíció, ahol van jelentősége. Később, telefonon, interjún úgyszólván kiderül, ezek főleg körök. A csapatba beillesztéskor is segítség. Ritka a rosszindulat, de könnyebb, a munkavállaló érdeke, hogy gyorsabban illeszkedjen be és jólérezze magát. Például, volt olyan hölgy, aki finoman odasúgta, hogy férfi ne legyen, mert körasztalnál ülve dolgoznak csak nők, egész nap női dolgokról van szó, egy férfi ott nem fogja jól érezni magát. Ugyanez történhet, ha egy 10-15 év munkatapasztalattal rendelkező csapatba behelyezünk egy pályakezdőt. Nem a HR-es vagy a főnök „heppje”, hanem a pályázó érdeke”. Emellett a többi hat HR-es is hasonló véleményen volt:

- „Jó tudni hány évvel találkozunk, nem diszkrimináció, de fontos” (interjú_2).
- „Születési idő, lokáció legyen!” (interjú_3)
- Nem figyelik a családi állapotot, inkább korosztályt, pl. a vállalat, ahol dolgozik fiatalos korosztályt szeretne kiépíteni (interjú_4).
- Jó, ha tudják, de telefonos interjún, illetve az iskolákból ez kikövetkeztethető. Náluk különböző korosztályok együtt dolgoznak, így nem okoz gondot (interjú_5).
- „Írjuk oda a születési dátumot, főleg titkolni, úgy is kiderül” (interjú_6).
- Interjú_7 egyedülként nem tartja szükségesnek a születési dátum feltüntetését.

Tehát ezen adat feltüntetése javasolt, ha nem írjuk bele az önéletrajzba, de valamilyen okból mégis fontos a cégnek, akár már telefonos előszűrésen is megkérdezhetik, illetve az egyéb adatokból kikövetkeztethető (interjú_5), a kor eltitkolása így nem érdemes.

„Több éves tapasztalatom alapján kijelenthetem, a pályázók többsége nem szentel elég figyelmet a megfelelő *e-mail* cím kiválasztásának. Készítsünk egy olyan e-mail címet, ami valamilyen formában a nevünket (nem a becenevünket!) tartalmazza. Nem szerencsés az aktuális munkahelyünk e-mailcímének használata sem” (Fizel, 2013. pp. 24.). Ezzel az interjúalanyok is teljes mértékben egyetértetek kivétel nélkül, továbbá még fontos, hogy saját e-mail cím legyen, ne másé (interjú_1), illetve valid (érvényes, használatban levő) (interjú_5). Javaslatom tehát az összes szempont betartása.

Baráth András úgy gondolja, hogy a *lakcímet* beleírni sok esetben hátrányos, hiszen csak azért nem fognak majd behívni interjúra, mert esetleg messzebb lakunk, és ezesetben ne döntsenek helyettünk (Baráth, <https://gerillaoneletraiz.hu/az-oneletraizok-10-legsulyosabb-hibaja/>). Erre a témára hét HR-esből öten tértek ki, és a következőket állították:

- „Születési idő, lokáció legyen!” (interjú_3)
- Lakcímet is érdemes beutazás szempontjából megjelölni, csak a város vonzókörzetéből alkalmaznak embereket (interjú_4).
- Van egy kötelező pont a telefonos interjújuk során, ahol megkérdezik, hogy a jelölt, hogy tervezi a munkába járást, hiszen van erre támogatásuk, de ez nem teljes fedezet, ezt mindkét félnek ilyenkor tisztán kell látni és számolni vele. Nem volt döntési pont, hogy ki lakik közelebb, viszont azt tapasztalták, hogy aki közelebb lakott, az tovább is maradt a cégnél (interjú_5).
- A lakcímet tekintve a távolabbi lakhellyel rendelkezőket eleve nem alkalmaznak, tehát szerepeljen (interjú_6).
- Lakóhely mindenképpen fontos: például, ha olyan a munkahely, hogy van készenlét, akkor távoli személy nem beosztható (interjú_7).

Összegezve, inkább szerepeljen ez az információ. Saját javaslat, hogy az önéletrajban, a lakcím feltüntetése után, ha számunkra is világos az adott állás esetében ez a probléma, akkor zárójelben jelezhetjük, hogy ez nem okoz nekünk gondot, ha például nem ez az első munkahely, ahová állandó jelleggel ingáznánk, akkor akár ezzel is érvelhetünk.

A legáltalánosabb esetben az önéletrajban szereplő **kép** legyen körülbelül igazolványkép nagyságú, és figyeljünk oda a ruházatra a kép készítésekor (Fizel, 2013. pp. 23.). Fontos a jó minőség és a megfelelő háttér is (Bergman, 2016). Elhelyezni a bal oldal, lap tetejére javasolt, feltűnéskeltés céljából (Tímár, <https://timarkrisztina.hu/blog/oneletraiz-formazas/>). Ez a téma viszont eléggé megosztó a szakemberek körében. Baráth András a következőképpen nyilatkozott tanulmányában: „Az én tapasztalatom az, hogy nem kell

fénykép a pályázatba, sőt! A fotó nem fontos, és sok tekintetben hátrányos is lehet. Ezért, ha mindenképpen fényképpel akarsz pályázni, akkor az csak profi fotós által készített, jól bevilágított, ízléses (és lehetőleg mosolygós) kép legyen” (Baráth, <https://gerillaoneletrajz.hu/az-oneletrajzok-10-legsulyosabb-hibaja/>). Egy fotós viszont teljesen másképp vélekedett a témáról: „A vizuális ingerek nagyon erősen hatnak ránk, vagyis mindig szeretnénk valamilyen képet kötni az olvasott szöveghez” (Istók, 2017).

Az eddig említett vélemények alapján nehéz helyes megállapítást tenni, ezért erről a témáról mindenképpen kikértem a HR-esek véleményét. A válaszok összesítése nem volt nehéz, mivel mindannyian azt válaszolták, hogy szeretik, ha van fotó.

- Interjú_1 azt nyilatkozta, hogy telefonos előszűrés közben sokszor maga előtt tartja a fényképes önéletrajzot.
- Személyesebbé teszi a kiválasztást, tudja, hogy kivel beszél. Viszont volt olyan pályázó, aki nem volt önazonos (30 évvel korábbi kép szerepelt az önéletrajzban). (interjú_2)
- „Magunkat adjuk el, ez olyan akár egy hirdetés, ha nincs kép, nem nyitjuk meg”. (interjú_3)
- Elvárás: jól látható legyen az arc, kellemes tekintet (interjú_4).
- A fizikai állományban gyakran tesznek bele képet az önéletrajzba. Felsőbb beosztásoknál elvárás egy profi kép, a megjelenés, az ápoltság a lényeg. (interjú_5)
- Fontos, nem szeretik a nem fényképes önéletrajzokat. Ha nem kérnek, akkor is legyen (interjú_6).
- Interjú_7 jobban szereti, ha van rajta.

Összességében tehát legyen fotó, ugyanakkor gondosan válasszuk meg, hogy milyen képet csatolunk. Mindig kérjük ki más véleményét is, hogy az igazi énünket tükrözi-e a fotó (Bergman, 2016.), hiszen könnyen meglehet, hogy sikeresebbnek látszunk, és így megtévesztjük a felvételiztetőt (Benkő, 2017.), vagy éppen negatív képet festünk magunkról, amire egy nagyon jó példa interjú_5 tapasztalata: „Volt már olyan eset, hogy valaki megfelelő referenciákkal rendelkezett, mégis „gagyi” képet csatolt, a telefonos interjún már érződött egy magasabb intelligencia, és végül személyesen abszolút elnyerte a bizottság szimpátiáját”.

Az álláshoz nem releváns képzéseket ne tüntessük fel (interjú_1). Fontos, hogy optimalizáljuk az önéletrajzunkat a **tanulmányok** felsorolásakor, a munkatapasztalatok leírásakor és a kompetenciák meghatározásakor is, hiszen mindent a megpályázandó álláshoz kell igazítani (Kránitz, <https://szakmaioneletrajz.hu/oneletrajz-optimalizalas/>). A

tanulmányokat tehát érdemes felsorolni, egyéb képzéseket is, azzal látszik a fejlesztési hajlandóság, az álláshoz kapcsolódóakat emeljük ki (interjú_2). Történhet ez középiskolától felfelé, mérnököknél pl. már az egyetem feltüntetése is elég (interjú_3). A legmagasabb iskolai végzettség a leglényegesebb, ezért ezt tegyük az elejére, fordított sorrendbe (interjú_5, interjú_7).

A **munkatapasztalatok** feltüntetését másképp javasolják a pályakezdőknek és másképp a tapasztalt álláskeresőknél. Ebben a témában nem voltak különböző vélemények. A dátum megjelölése itt is kiemelt fontosságú, viszont, ha több éves munkakapcsolatról van szó, nem szükséges a hónapra pontosan megadni azt (Tímár, <https://timarkrisztina.hu/blog/oneletraajz-formazas/>). Az azonos gondolatok pedig a következők:

- Pályakezdők tüntessenek fel minden állást, a nyári diákmunkákat is, mivel az egy visszajelzés a HR-esnek, hogy már volt munkatapasztalata a pályázónak. Ebben az esetben oda kell figyelni a munkakörök finomított megfogalmazására, például: nem mosogatólány, pohárszedő, ruhatáros egy szórakozóhelyen, hanem vendéglátós (interjú_3).
- Ne legyenek rések az önéletrajzban. Az is rosszat sejtet, ha valaki félévente állást vált (interjú_4), de ezzel a munkáltató inkább legyen tisztába, mintsem később derüljön ki (Kránitz, <https://szakmaioneletraajz.hu/tokeletes-oneletraajz/>).
- Ha rengeteg munkahely volt, akkor csak a megpályázott álláshoz relevánsakat emeljük ki, vagy írjuk le, hiszen egy 5-10 oldalas önéletrajzot nem fognak elolvasni (interjú_3).
- Írjuk le az előző munkahelynél elvégzett feladatainkat, eredményeinket (Kránitz, <https://szakmaioneletraajz.hu/jo-szakmai-oneletraajz/>).

Lényeges a **kompetenciák** a cég elvárásaihoz való illesztése. A nyelvtudást minden esetben érdemes feltüntetni. Mind a hét HR-es javasolja. Nagy probléma viszont ezzel kapcsolatban, hogy a pályázó sokszor nincsen tisztába a valódi nyelvtudásával (interjú_1). Ezt általában a telefonos előszűrések alkalmával ki is derítik (interjú_1, interjú_5). Ezen kívül, ha az álláshoz releváns elvégzett képzésünk, tanfolyamunk vagy jogosítványunk van, akkor tüntessük fel azokat. A belső tulajdonságok és készségek megjelölése nem ajánlott, komolytalanná teszi a jelöltet (interjú_3).

A **cél és profil** leírása újdonságnak számít, nem sokan használják. A szellemi állományban jellemzőbb, a fizikai állomány esetében viszont sokszor tapasztalják, hogy csak egy internetről szedett sablon (interjú_7). Az interjúalanyok egyetértettek abban, hogy ennek használata abszolút helyénvaló, egyedivé teheti az önéletrajzot. Fontos mindkettő esetében,

hogy a 2-3 mondatot semmiképp se haladja meg, és azok se legyenek túl bonyolultak (interjú_1). A profil még arra is jó lehet, ha pályakezdőként kevés szakmai gyakorlattal egy komolyabb állásra jelentkezünk, és szeretnénk jelezni elhivatottságunkat a munka és tapasztalatszerzés, szakmai fejlődés iránt (interjú_5). Használjuk tehát bátran ezeket, de mindenképpen kerüljük el a sablonokat.

„**Hibázni** emberi dolog”, így azok az önéletrajzokban is előfordulnak, például a helyesírási hibákat problémaként minden interjúalany említette. A másik jellemző gyakori gondot a rossz fotó választás okozta:

- Csoportképen bekarikázza a jelentkező a saját arcát (interjú_1).
- Csak a fotó látszik, vagy ízléstelenek a fotók. Volt olyan pályázó, aki nem volt önazonos (30 évvel korábbi képet csatolt) (interjú_2).
- Nyaralós kép. „Blue collar-nál voltak autós vagy csoportképek” (interjú_3).
- Buszon készült szelfi, felmosó a háttérbe, az arcát beleszerkesztette a jelentkező egy tűzcsóvába (interjú_5).

Említésre kerültek hibák, például: túl hosszú önéletrajz (interjú_2, interjú_3), logikátlan ugrálás (interjú_3), túlzott nagy állítások (interjú_5), és nem valós állítások (interjú_6).

Tesztek

A hét interjúalannal végzett teszt eleinte meglepően érdekes volt. Az első három válaszadó rendre más önéletrajz mellett döntött. Ez arra mutat rá, hogy mint ahogyan minden ember, természetesen ők is különböznek, más ízlés és szempontrendszer szerint figyelik az önéletrajzokat a szakmai korlátokon belül.

Interjú_1 és interjú_4 a „B” önéletrajzot választotta, mert rövid, vázlatos és jobb az elrendezése, a másik kettőhöz képest.

Interjú_2 és interjú_6 a „C” formát választotta, mert igaz, hogy hosszú, sok információt tartalmaz, de szakmailag tökéletes és jó az elrendezése, „viszi a tekintetet oda, ahova kell”, illetve a pályázott álláshoz ez áll a legközelebb.

Interjú_3, interjú_5 és interjú_7 az „A” típus mellett döntött, mert átlátható, jobban ki vannak fejtve az eredmények, illetve a marketing vezető pozícióra ezt tartják legalkalmasabbnak.

Összegezve, legtöbben az „A” önéletrajztípust választották, melyen nem szerepelnek a személyes adatok, de az elérhetőség, a cél és profil megfogalmazása, az eredmények kifejtve, a kompetenciák a munkakörhöz, a munkatapasztalatok és a tanulmányok fordított időrendben

(dátummal együtt) viszont igen. Lényegében ezek a legfontosabb pontok, amiknek szerepelnie kell egy önéletrajzon. Az önéletrajzok kiválasztásának aránya teljes mértékben alátámasztja azt az állítást, hogy az önéletrajzok kiválasztása során nagy szereppel bír a kiválasztást végző személy személyisége (interjú_1).

Összefoglalás

Kutatásom során minden felmerült kérdésemre választ kaptam. Elejétől a végéig kihívás és egyben öröm volt ezzel a témával foglalkozni.

Az első kérdéskör az önéletrajzok jelentőségéről szólt, melyben kiderült, hogy a Covid-19 nem változtatott az önéletrajzok fontosságán, kifejezetten a kiválasztási folyamatok, azon belül is az interjúk esetében történt átalakítás. A második ezen belül az évek során történő változások meghatározása volt, amik nem voltak jelentősek. Nagy mértékben az önéletrajz alapú kiválasztás súlya ugyanakkora maradt, egyedül a toborzást segítő szoftverek elterjedése újdonság, ami személytelenné teszi a kiválasztást. A jelentkezési lapok esetében beigazolódott, hogy az egyediség kizárása miatt, nem preferálják majd a HR-esek, viszont lesznek olyan munkakörök, amelyek esetében ennek használata elég lesz, de az önéletrajzokat teljes egészében sosem fogja kiváltani. A beküldési forma pedig többnyire online történik a papír alapú jelentkezések már nem számottevőek.

A második kérdéskör az önéletrajz kritériumait járta körbe. A jól elkészített önéletrajz átlátható, vázaltszerű. Az álláshoz alakított információkat tartalmazza vagy emeli ki. Eredményközpontú, az előző munkahelyeken végzett feladatok mellett, az ott elért eredményeket is tartalmazza. Az összes elérhetőség (telefonszám, e-mail cím) és fontos személyes adat: születési idő, lakcím. Tartalmaz képet, aminek megválasztásakor szempont a minőség, az arckifejezés, a ruházat és a megfelelő háttér. A figyelemfelkeltés céljából szerepel rajta megfogalmazott cél és profil. A kompetenciák az álláshirdetésben szereplő elvárásoknak megfelelően vannak felsorolva, illetve a nyelvtudás minden esetben feltüntetésre kerül. A tanulmányok közül a legmagasabb iskolai végzettség megadása a mérvadó, a munkatapasztalatok esetében a pályázott álláshoz kapcsolódó régi munkahelyeket érdemes kiemelni. A sorrend megtervezésekor a pályakezdőknek ajánlott a tanulmányokkal kezdeni, a tapasztalt munkavállalóknak pedig az eredményekkel, kompetenciákkal, majd a szakmai tapasztalatokkal és a tanulmányokkal lezárni az önéletrajzot. A kutatás eredménye az is, hogy a helyesírási hibák napjainkban is jellemzőek a pályázati anyagokban, ezért minden esetben beadás előtt javasolt átellenőrizni azokat.

Úgy gondolom, a kutatásom az általam várt eredményeket hozta, és emellett szakmailag is sokkal jobban beleláttam a személyzetbeszerzés témakörébe.

Irodalomjegyzék

Könyvek:

Uglyai, György: *Személyzeti marketing*. Budapest, Akadémia Kiadó. 2005. pp. 94-115.

Karoliny, Mártonné – Poór, József: *Emberi erőforrás menedzsment kézikönyv - Rendszerek és alkalmazások*. Budapest, CompLex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft. 2010. pp. 241-268.

Juhász, István – Matiscsákné, Lizák Marianna: *Emberi erőforrás-gazdálkodás*. Eger, felelős kiadó: dr. Kis-Tóth Lajos. 2013. pp. 87-93.

Fizel, Natasa: *Munkaerő-piaci szolgáltatások és kompetenciák fejlesztése*. Szeged, SZTE JGYPK. 2013. pp. 19-25.

Pintér, Zsolt: *Hogyan csináljunk karriert? – Az álláskereső enciklopédiája*. Budapest, Horton Books. 2003. pp. 161-200.

Vámosi, Tamás: *Munkaerő-piaci ismeretek*. Pécs, PTE FEEK. 2013. pp. 168-174.

Folyóiratok:

Laufer, László: *Modern információs technológiák a kiválasztásban*. Budapest, Munkaügyi Szemle. 2009. I. szám pp. 36-41.

Hajdú, Gabriella – Szretykó, György: *Innovatív eszközök a toborzásban és a kiválasztásban*. Győr, Tér gazdaság ember. 2017/ V. évf./ 2. sz. pp. 92-109.

Benkő, János: *A szép nők fotó nélkül pályázzanak*. Budapest, Manager Magazin 2017. márc. pp. 35.

Pintér, Livia: *A lelkesedés hiánya*. Budapest, Figyelő. 2016./60. évf. 44. sz. pp. 38-29.

Pintér, Livia: *Autoriter magyar főnökök*. Budapest, Figyelő. 2016./60. évf. 44. sz. pp. 38-39.

Internetes cikkek:

Baráth, András: *Az önéletrajzok 10 legsúlyosabb hibája*. Letöltés: 2021. 03. 19.
<https://gerillaoneletrajz.hu/az-oneletrajzok-10-legsulyosabb-hibaja/>

Baráth, András: *Milyen típusú önéletrajz az eredményesebb?* 2011. (2020. 12. 15.)
<https://www.profession.hu/cikk/milyen-tipusu-oneletrajz-az-eredmenyesebb>

Kertész, Dalma: *Gerilla önéletrajz - tényleg működik?* 2011. (2021. 03. 18.)
<https://www.hrportal.hu/hr/gerilla-oneletrajz-tenyleg-mukodik-20110207.html>

- Kránitz, Éva: *Milyen a tökéletes önéletrajz 2021-ben?* (2021. 03. 24.)
<https://szakmaioneletrajz.hu/tokeletes-oneletrajz/>
- Kránitz, Éva: *Milyen a jó szakmai önéletrajz?* (2021. 03. 11.) <https://szakmaioneletrajz.hu/jo-szakmai-oneletrajz/>
- Kránitz, Éva: *Önéletrajz optimalizálás.* (2021. 02. 25.)
<https://szakmaioneletrajz.hu/oneletrajz-optimalizalas/>
- Olle, Bergman: *Photo on your CV or not? – the complete guide.* 2016. (2021. 03. 10.)
https://crastina.se/photo-on-your-cv-or-not-the-complete-guide/?fbclid=IwAR1hv0G3y_FXQATle5PLv9i0a_C3NCO4zC7IIOkG55BufuCNjQqmOTxxCRA
- Tímár, Krisztina: *Önéletrajz formázás: 12 tipp az igazán jó CV-hez.* (2021. 03. 15.)
<https://timarkrisztina.hu/blog/oneletrajz-formazas/>
- Istók, Nikoletta: *A fotó szerepe az önéletrajzban.* 2017. (2021. 02. 15.)
<https://www.profession.hu/cikk/a-foto-szerepe-az-oneletrajzban>
<https://europass.hu/europass/docs/1>
<https://szakmaioneletrajz.hu/oneletrajz-minta/>

Mellékletek

A

MINTA PÁL
(36) 00 000 0000 - minta.pal@email.hu



PROFIL

Fiatalkor, lendülettel hozzáállással, újdonságokra fogékonysággal, személyiségemmel fiatal bosszútartóknak mindig nagyra értékeltek.

CÉL

Több mint 20 év működésben ott voltok, kiközértek szeretném kamatoztatni. Előrelépni és innovatív gondolkodásommal és vezetői kompetenciáimmal egy találgatókommunikációs céget kialakítani szeretnék igényű, üzleti megvalósításban.

EREDMÉNYEK

1. Árbevétel növelése - 2 és 4,5%-os árbevétel-növekedést értünk el az elmúlt két évben a közbeszállói módok alapjának bevezetésének köszönhetően.
2. Marketingkommunikációs rendszer - költségkalkulációval valóban hatékony megoldást jelentettek a fiatal gyártóknak, elvárásainkkal, akik új szemléletet és szemléletet hoztak a piacra.
3. Ügyfélkör növelése - 8%-os ügyfélkör-növekedést értünk el 2017-ben, amihez az online ügylettel is hozzájárult.
4. Cégszorosított PR-program - Cégszorosított reklámozásról minden érintett véleményét kikérve közölgött megvalósításra irányított feladatmegvalósítások szabályozásáról.

KOMPETENCIÁK

- B2C, B2B Kampánymenedzsment
- Stratégiai tervezés
- Innovatív szemlélet
- Média & internetes platformok
- Együttműködési készség
- Felelősség
- Munka ösztönzése
- Optimalizáció hatékonyság

A

MINTA PÁL
(36) 00 000 0000 - minta.pal@email.hu



MUNKA TAPASZTALATOK

Budapest, 2012 - JELENLEG
WKRP-ABC Kiadó - Marketingmenedzser
A WKRP-ABC a WKRP Ltd. magyarországi leányvállalatoként helyi, regionális lapok kiadására szakosodott kiadó vállalkozás (50 fő foglalkoztat).


Budapest, 2005-2012
SILKEN Hungary Reklámügynökség - Senior ügyfélkapcsolat-tartó
A Silken több mint egy évtizedes online tapasztalattal rendelkező, magyar tulajdonban lévő ún. full service ügynökség, amely az integrált marketingkommunikáció teljes skáláján szorgalmasan ügyel (45 fő foglalkoztat).

TANULMÁNYOK
Budapest, 2005 - 2007
Central European University (CEU)
Vezetői MBA program - Helyégi moduláris képzés

Budapest, 2000-2004
Corvinus Egyetem
Marketingkommunikáció szak

B

MINTA PÁL
(36) 00 000 0000 - minta.pal@email.hu
1234 Belpark, 1010 Újpest
Szól. hely. 000. Budapest, 1050 02 02



PROFIL

Fiatalkor, lendülettel hozzáállással, újdonságokra fogékonysággal, személyiségemmel fiatal bosszútartóknak mindig nagyra értékeltek.

CÉL

Több mint 20 év működésben ott voltok, kiközértek szeretném kamatoztatni. Előrelépni és innovatív gondolkodásommal és vezetői kompetenciáimmal egy találgatókommunikációs céget kialakítani szeretnék igényű, üzleti megvalósításban.

EREDMÉNYEK

1. Árbevétel növelése
2. Marketingkommunikációs rendszer
3. Ügyfélkör növelése
4. Cégszorosított PR-program

KOMPETENCIÁK

- B2C, B2B Kampánymenedzsment
- Stratégiai tervezés
- Innovatív szemlélet
- Média & internetes platformok
- Együttműködési készség
- Felelősség
- Munka ösztönzése
- Optimalizáció hatékonyság

B

MINTA PÁL
(36) 00 000 0000 - minta.pal@email.hu



MUNKA TAPASZTALATOK

Budapest, 2012 - JELENLEG
WKRP-ABC Kiadó - Marketingmenedzser
A WKRP-ABC a WKRP Ltd. magyarországi leányvállalatoként helyi, regionális lapok kiadására szakosodott kiadó vállalkozás (50 fő foglalkoztat).

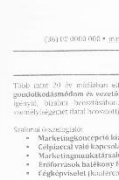
Budapest, 2005-2012
SILKEN Hungary Reklámügynökség - Senior ügyfélkapcsolat-tartó
A Silken több mint egy évtizedes online tapasztalattal rendelkező, magyar tulajdonban lévő ún. full service ügynökség, amely az integrált marketingkommunikáció teljes skáláján szorgalmasan ügyel (45 fő foglalkoztat).

TANULMÁNYOK
Budapest, 2005 - 2007
Central European University (CEU)
Vezetői MBA program - Helyégi moduláris képzés

Budapest, 2000-2004
Corvinus Egyetem
Marketingkommunikáció szak

C

MINTA PÁL
(36) 00 000 0000 - minta.pal@email.hu
https://www.fikaduo.com/profil/central



MARKETINGKÖZVETŐ

Média & Internet

Több mint 20 év működésben ott voltok, kiközértek szeretném kamatoztatni. Előrelépni és innovatív gondolkodásommal és vezetői kompetenciáimmal egy találgatókommunikációs céget kialakítani szeretnék igényű, üzleti megvalósításban.

- **Marketingkommunikációs rendszer** - költségkalkulációval valóban hatékony megoldást jelentettek a fiatal gyártóknak, elvárásainkkal, akik új szemléletet és szemléletet hoztak a piacra.
- **Ügyfélkör növelése** - 8%-os ügyfélkör-növekedést értünk el 2017-ben, amihez az online ügylettel is hozzájárult.
- **Cégszorosított PR-program** - Cégszorosított reklámozásról minden érintett véleményét kikérve közölgött megvalósításra irányított feladatmegvalósítások szabályozásáról.

KÖZÖSSÉGI KOMPETENCIÁK

- B2C, B2B Kampánymenedzsment
- Stratégiai tervezés
- Innovatív szemlélet
- Média & internetes platformok
- Együttműködési készség
- Felelősség
- Munka ösztönzése
- Optimalizáció hatékonyság

FŐBB EREDMÉNYEK

- Árbevétel növelése - 2 és 4,5%-os árbevétel-növekedést értünk el az elmúlt két évben a közbeszállói módok alapjának bevezetésének köszönhetően.
- Marketingkommunikációs rendszer - költségkalkulációval valóban hatékony megoldást jelentettek a fiatal gyártóknak, elvárásainkkal, akik új szemléletet és szemléletet hoztak a piacra.
- Ügyfélkör növelése - 8%-os ügyfélkör-növekedést értünk el 2017-ben, amihez az online ügylettel is hozzájárult.
- Cégszorosított PR-program - Cégszorosított reklámozásról minden érintett véleményét kikérve közölgött megvalósításra irányított feladatmegvalósítások szabályozásáról.

KARRIERTELJESZÉS

- WKRP-ABC Kiadó Budapest** 2012-jelenleg
A WKRP-ABC a WKRP Ltd. magyarországi leányvállalatoként helyi, regionális lapok kiadására szakosodott kiadó vállalkozás (50 fő foglalkoztat).
- Marketingmenedzser**
Több évtizedes tapasztalattal rendelkező, magyar tulajdonban lévő ún. full service ügynökség, amely az integrált marketingkommunikáció teljes skáláján szorgalmasan ügyel (45 fő foglalkoztat).
- A több mint 20 év működésben ott voltok, kiközértek szeretném kamatoztatni. Előrelépni és innovatív gondolkodásommal és vezetői kompetenciáimmal egy találgatókommunikációs céget kialakítani szeretnék igényű, üzleti megvalósításban.
 - B-10 ügynökség az integrált marketingkommunikáció teljes skáláján szorgalmasan ügyel (45 fő foglalkoztat).

C

Minta Pál
marketingmenedzser, újságíró



- Előrelépni és innovatív gondolkodásommal és vezetői kompetenciáimmal egy találgatókommunikációs céget kialakítani szeretnék igényű, üzleti megvalósításban.
- **Marketingkommunikációs rendszer** - költségkalkulációval valóban hatékony megoldást jelentettek a fiatal gyártóknak, elvárásainkkal, akik új szemléletet és szemléletet hoztak a piacra.
- **Ügyfélkör növelése** - 8%-os ügyfélkör-növekedést értünk el 2017-ben, amihez az online ügylettel is hozzájárult.
- **Cégszorosított PR-program** - Cégszorosított reklámozásról minden érintett véleményét kikérve közölgött megvalósításra irányított feladatmegvalósítások szabályozásáról.

SILKEN Hungary Reklámügynökség, Budapest
A Silken több mint egy évtizedes online tapasztalattal rendelkező, magyar tulajdonban lévő ún. full service ügynökség, amely az integrált marketingkommunikáció teljes skáláján szorgalmasan ügyel (45 fő foglalkoztat).

Senior ügyfélkapcsolat-tartó
Főfeladatok:

- Képviselet az ügyfél partnerként (5-6 éves tapasztalat)
- Cél meghatározás, stratégia kidolgozása
- Ügyfélkapcsolatok fenntartása és bővítése (magyar és angol nyelven)
- Szervezés, összehangolás, előkészítés, végrehajtás, ellenőrzés
- Készség, gondolkodás, kommunikáció, problémamegoldás, csapatmunka, ügyfélkapcsolat-teremtés
- Marketingkampányok értékelés és optimalizálása a partnerrel közösen
- Helyi és regionális médiaforgalmazás
- Készség a vállalkozás teljes skáláján szorgalmasan ügyel (45 fő foglalkoztat).

TANULMÁNYOK
Central European University (CEU), Budapest, 2005-2007
Vezetői MBA program - Helyégi moduláris képzés

Corvinus Egyetem, Budapest, 2000-2004
Marketingkommunikáció szak

Készség a vállalkozás teljes skáláján szorgalmasan ügyel (45 fő foglalkoztat).

A MUNKAERŐ-KÖLCSÖNZÉS TRENDJÉNEK VIZSGÁLATA NAPJAINKBAN MAGYARORSZÁGON ÉS AZ OMCO HUNGARY KFT. GYAKORLATÁN KERESZTÜL

MOLNÁR NÉ MALOMHEGYI ZSUZSA

Emberi erőforrások BA, II. évfolyam

Témavezető:

Matiscsákné Dr. Lizák

Marianna

mesteroktató

Bevezetés

A munkaerő-kölcsönzés sok évvel ezelőtt kezdte meg térhódítását hazánkban és a világon is. Úgy vélem, hogy manapság éli virágkorát, jelzi ezt a sok vállalkozás, melyeknek fő profilját képezi ez a tevékenység. A munkaerő-kölcsönzés rugalmas jellegéből adódóan válhatott igazán népszerűvé. De elég-e ez ahhoz, hogy megőrizze feltörekvő pozícióját a világvárvány időszaka alatt is? Kutatásomban a hazánkban jelenleg rendelkezésre álló adatokon és Borsod-Abaúj-Zemplén megyeszékhelyen működő OMCO Hungary Kft. gyakorlatának példáján keresztül szeretnék választ kapni arra, hogy ennek a speciális háromszereplős atipikus foglalkoztatási formának a szárnyalása megtört, esetlegesen stagnál, vagy a körülmények inkább erősítették munkaerőpiaci pozícióját a térségben és Magyarországon.

Hipotézisek

Hipotéziseim a következők:

- 1.: A 2020. márciusától hazánkban terjedő COVID világvárvány hatására jelenleg is csökken a munkaerő-kölcsönzőkön keresztül dolgozó munkavállalók aránya a cégek közvetlen alkalmazottainak arányához képest Magyarországon.
- 2.: Az OMCO Hungary Kft. munkaerő-kölcsönzőn keresztül dolgozó munkavállalóinak aránya csökken a cég közvetlen alkalmazottainak arányához képest.
- 3.: A magyar munkaerőpiacon a munkaerő-kölcsönzés trendje igazodik a gazdasági növekedéshez.

Kutatási modell és módszertan

Szekunder kutatást végzek külső adatbázisokból a KSH és az NFSZ rendelkezésre álló adataiból 2018 és 2020 közötti időszak országos és Borsod-Abaúj-Zemplén megye munkaerőpiaci vizsgálatára vonatkozóan. Az OMCO Hungary Kft.-től kapott létszámadatok alapján szintén szekunder kutatást végzek: létszámadatainak és létszámösszetételének vizsgálata, illetve az összetételen belül a munkaerő-kölcsönzöttek és a saját alkalmazásban álló munkavállalók arányának vizsgálata 2018-2020 között. Amennyiben rendelkezésemre állnak 2021-es évi adatok, úgy ezeket is figyelembe veszem számításaim során. A vizsgált és felhasznált adatbázisokból kiindulva trendszámítást és becsléseket végzek a jövőre vonatkozóan, melyeket összevetek egymással, és megválaszolom állításaim helyességét, avagy megcáfolom őket.

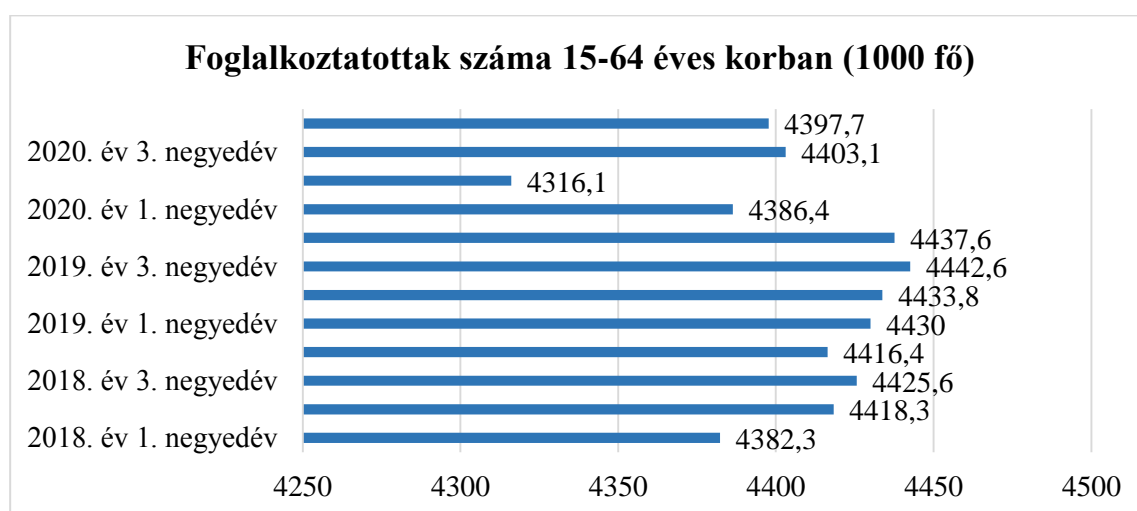
Országos és Borsod-Abaúj-Zemplén megyei demográfiai adatok

Lakosság és foglalkoztatottság

Magyarország 15 év feletti lakossága 2018-ban majdnem elérte a 8.356.500-at, 2019-ben lecsökkent 8.351.017-re, ami 2020-ban visszaesett 8.348.190-re.

Borsod-Abaúj-Zemplén megye hasonló korú lakossága 2018-ban 6,5%-át tette ki az országosnak. 2019-ben alig észrevehető csökkenés következett be az arányokban (6,47%), míg 2020-ban 6,41% volt.)

8. ábra: 15-64 éves kor közötti foglalkoztatottak száma 2018-2020-ig



Forrás: saját szerkesztés KSH adatok alapján,

http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/mpal2_01_02_15a.html

A viszonyszámok is mutatják, hogy nagyon nagy ingadozást nem figyelhetünk meg a megye 15 év feletti lakosságának alakulásában az országos adatokhoz képest.

Szűkítve a kört kutatásom célközönsége felé, az 1. ábra országos adatokat mutat a 15-64 évesek foglalkoztatottságát illetően 2018-tól 2020-ig negyedéves bontásban. Egyértelműen megfigyelhető 2020. 2. negyedévében egy nagymértékű visszaesés az országos foglalkoztatottságban. Ennek okaként betudható a 2020. márciusában történt COVID járvány hazánkban való megjelenése, a kijárási tilalom és egyéb korlátozó intézkedések bevezetése, amelyek gyakorlatilag az ország egyes területeinek teljes leállítását jelentették. A 2. negyedévbe gyűrűzhetett át a folyamat, hiszen sok vállalkozás nem volt felkészülve ilyen eshetőségre. Így vélhetően tartalékokat sem halmozott fel, aminek következményeként nem tudta fizetni változó és főként fix fenntartási költségeit.

Munkanélküliség

KSH adatok szerint a 2020. 2. negyedévében érzékelhető változás következett be, ugyanis ekkor 214200 fővel a legtöbb munkanélküli állampolgárt tartották nyilván a vizsgált időszakban Magyarországon. A 2020-as év következő negyedéveiben itt is lassú visszarendeződésre engednek következtetni az adatok, azonban mindenképpen érdemes megjegyezni, hogy a 2020-as negyedéves adatok a legmagasabbak a vizsgált időszakban.

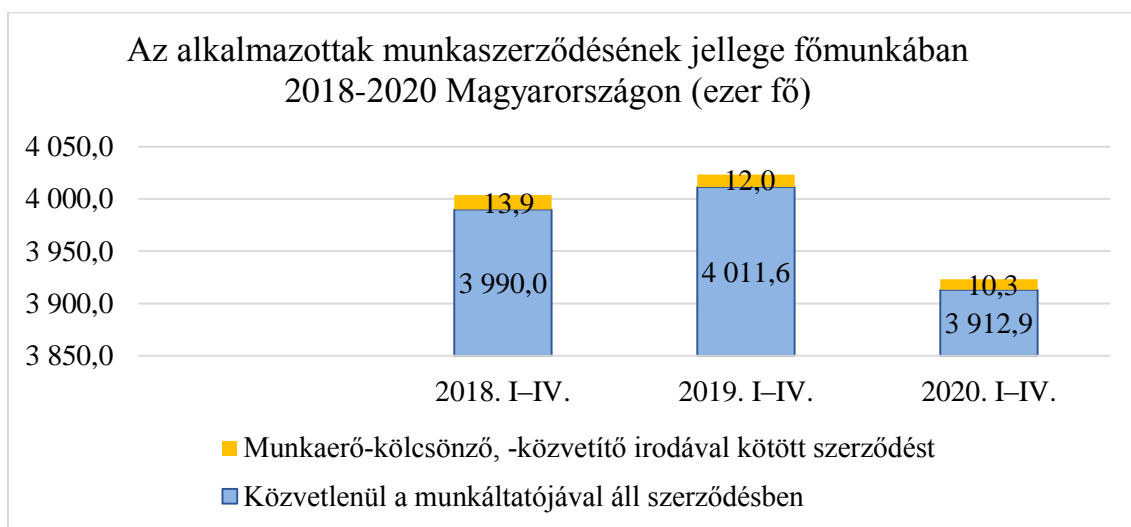
Borsod-Abaúj-Zemplén megye vonatkozásában a 2018-as, 2019-es és a 2020-as évek területi munkanélküliségi adatok átlaga alapján megmutatja, hogy BAZ-megyében az álláskeresők száma átlagosan kicsivel több, mint 14 %-a volt az országosénak. (https://www.ksh.hu/stadat_files/mun/hu/mun0087.html, 2021.04.18.)

A munkaerő-kölcsönzés Magyarországon 2018 és 2020 között

„A 2018. december 31-ei állapot szerint a munkaerő-kölcsönzők száma 913 db-ot tett ki, ez a 2017. december 31-ei állapothoz képest 8,2%-os növekedést jelent.” (https://nfsz.munka.hu/nfsz/document/7/9/7/doc_url/Osszefoglalo_kolcsonzok_2018_evrol.pdf, 2019, 5. o.) A 913 db cégből 42, azaz 4,6% működött Borsod-Abaúj-Zemplén megyében. 2019-ben előző évhez képest 25,8%-kal csökkent a cégek száma, így 677-et tett ki a számuk. (https://nfsz.munka.hu/nfsz/document/1/3/9/3/doc_url/Osszefoglalo_kolcsonzok_2019_evrol.pdf, 2021.02.26.) Borsod-Abaúj-Zemplén megyében 39 db működött (5,8%). 2020-ban 577 db munkaerő-kölcsönzőt sorol fel az NFSZ 2020. 4. negyedéves országos listája, melyben 20

db BAZ megyei, ami 3,46%-os részesedést jelent az országosból. Ugyanakkor ez Magyarország egészét tekintve 15%-os visszaesést jelent, míg a vizsgált megyére vonatkozóan majdnem a felére esett vissza a munkaerő-kölcsönzéssel foglalkoztatottak száma. (2. ábra). Ezek az adatok is alátámasztják azt, hogy a csökkenő munkaerőkereslet és foglalkoztatottság nagyobb visszaesést jelentett az ezzel a tevékenységgel foglalkozó vállalkozásoknál országos szinten, Borsod-Abaúj-Zemplén megyét illetően pedig drasztikusabban jelentkezett.

9. ábra: Az alkalmazottak munkaszerződésének jellege főmunkában 2018-2020 között Magyarországon



Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján,

https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/mpal2_01_02_13.html

A 2. ábrát tanulmányozva szembeötlő, hogy a főmunkaidős álláshelyek jelentős részét teszik ki azok a dolgozók, akik saját munkáltatójukkal állnak szerződésben, azaz a cég saját dolgozói.

Amikor megvizsgáljuk, hogy előző esetben hogyan alakultak ezek az arányok nemek szerint akkor azt tapasztalhatjuk, hogy a női kölcsönzött munkaerő 2018-ban a foglalkoztatottak 0,37%-át tette ki, 2019-ben már csak 0,3% és ez az arány 2020-ban is változatlan maradt. (https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/mpal2_01_02_13.html, 2021.03.11.)

Ehhez képest a munkaerő-kölcsönzésen keresztül foglalkoztatott férfiak aránya 2018-ban 0,33% volt, 2019-ben itt is csökkenés figyelhető meg, (0,3%), de 2020-ban tovább csökkent a számuk 0,23%-ra. A csökkenés mértéke mindkét nem esetében hasonló, azonban időbeli

eloszlása különbözik. A férfiaknál megfigyelhető folyamatos visszaesés, ami 2019-ről 2020-ra megugrott, a nőknél azonban 2018-as évről a 2019-es évre történt a visszaesés, majd stagnált a munkaerő-kölcsönzettek aránya a 2020-as évben.

Véleményem szerint ez több okra vezethető vissza, de talán a legnagyobb súlya annak lehet, hogy a munkaerő-kölcsönzés különböző intenzitással van jelen a nemzetgazdasági ágazatainkban. Amíg a férfiak legnagyobb létszámmal a feldolgozóiparban, építőiparban, és szállítmányozás, raktározás ágazatokban vannak jelen, addig a nőknél a sorrend a következőképpen alakul: feldolgozóipar, kiskereskedelem, oktatás, humánegészségügy.

A feldolgozóipar foglalkoztatja a legtöbb munkaerő-kölcsönzött munkavállalót, és jóval több férfi dolgozik ebben az ágazatban, ezért a 2020-as kölcsönzött férfiállomány csökkenésére logikus magyarázat lehet az, hogy a COVID 19 által okozott visszaesés hatással lehetett rá. Azonban a különböző hírek és a közvetlen környezet is igazolja, hogy a járvány legnagyobb vesztese a vendéglátóipar, turizmus és az idegenforgalom, és a legtöbb munkanélküli ebből a szektorból jön. Ezeken a területeken azonban viszonylag kevesebb lehet a kölcsönzött munkaerő száma, illetve szezonális jellegéből adódóan valószínű sokkal népszerűbb a diákok foglalkoztatása, de ők nem képezik kutatásom alapját.

Trendszámítás, becslés

A rendelkezésre álló országos adatok alapján megvizsgáltam a változás trendjét, és becslést végeztem 2021 negyedik negyedévére vonatkozóan azzal kapcsolatban, hogy várhatóan hogyan változik a kölcsönzött és saját alkalmazásban lévő foglalkoztatottak aránya.

A KSH adatai szolgáltatták a vizsgálathoz szükséges információkat, melyeket a 3. és 4. ábra foglal össze. Az ezen adatok felhasználásával készült adatsorra illeszthető lineáris trendfüggvényeket is ugyanezen ábrákon láthatjuk.

A saját alkalmazásban álló munkavállalók esetén a lineáris trendfüggvény alapján megkapjuk a trend egyenletét, mely a következő információkkal szolgál: 2017. 4. negyedévében 4033,2 ezer fő körüli volt a saját munkavállalói létszám, és a vizsgált periódusban negyedévente átlagosan 8,2225 ezer fővel csökkenhetett a saját munkavállalók száma.

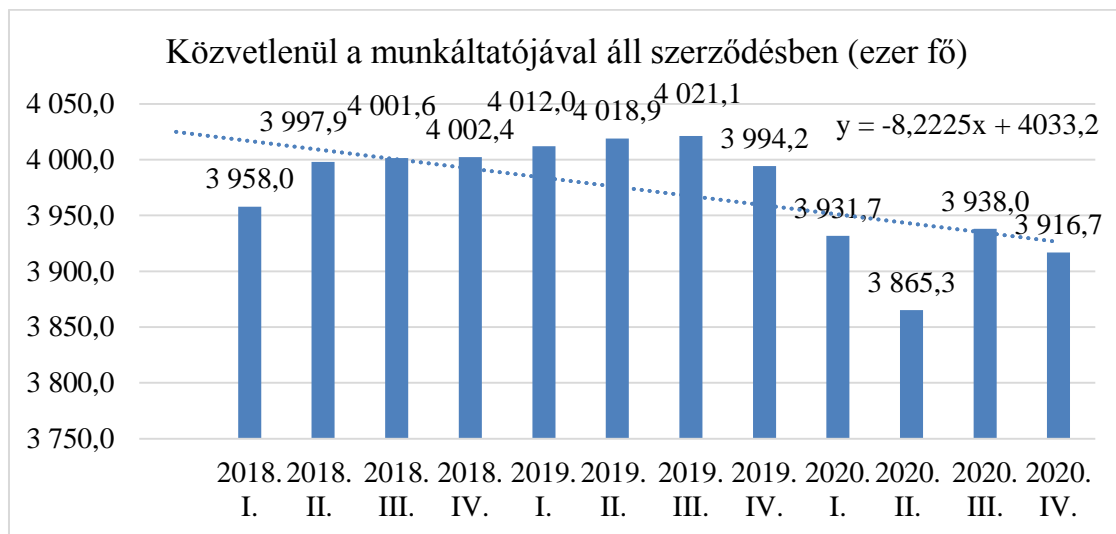
Kölcsönzött munkavállalók esetén a 2017. 4. negyedévében 14,982 ezer fő körüli volt a kölcsönzött munkavállalói létszám, és a vizsgált periódusban negyedévente átlagosan 0,3881 ezer fővel csökkent a kölcsönzött munkavállalók száma.

A jövőben várható események meghatározására a becslést alkalmaztam, melynek során is a lineáris trend egyenleteiből indultam ki azzal a módosítással, hogy figyelembe vettem a

vizsgált időszakot, és annak az időszaknak az összegét, amely a megbecsülni kívánt időszakig telik el. (https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/mpal2_01_02_13.html, 2021.03.11.)

Ezek alapján a 2021. negyedik negyedévére vonatkozó becslések a következőképpen alakulnak:

10. ábra: Közvetlenül a munkáltatójával munkaszerződésben álló foglalkoztatottak száma Magyarországon 2018-2020 (ezer fő)

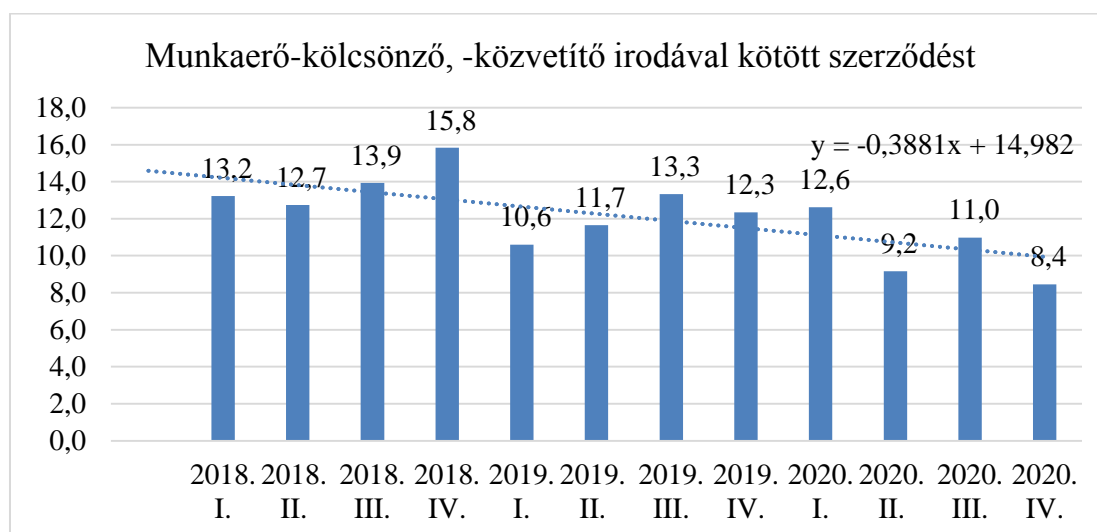


Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján,

https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/mpal2_01_02_13.html

A saját alkalmazásban álló munkavállalók esetén $Y=4033,2-8,2225*t$, ahol $t=16$ (a vizsgált 3 év 4. negyedévére, és a megbecsülendő következő 4. negyedévre). $Y=3.901.640$ fő lesz várhatóan saját munkavállalója a cégeknek Magyarországon.

11. ábra: Munkaerő-kölcsönzőn keresztül foglalkoztatottak száma Magyarországon 2018-2020 (ezer fő)



Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján,

https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/mpal2_01_02_13.html

Kölcsönzött munkavállalók esetén $Y=14,982-0,3881*t$, ahol $t=16$. Eredményül 8,772-t kapunk, ami azt jelenti, hogy 2021. 4. negyedévében várhatóan 8772 fő lesz foglalkoztatva munkaerő-kölcsönzőkön keresztül.

Eredmények és értékelésük

E becslések szerint összesen várhatóan 3.910.412 fő lesz 2021. 4. negyedévében teljes munkaidőben foglalkoztatva. Ebből 99,778% a vállalkozások saját alkalmazásában álló munkavállalója lesz, 0,225%-a pedig munkaerő-kölcsönzőkön keresztül foglalkoztatott dolgozó.

Ezek alapján kijelenthetem, hogy első hipotézisem, mely szerint: „A 2020. márciusától hazánkban terjedő COVID világjárvány hatására jelenleg is csökken a munkaerő-kölcsönzőkön keresztül dolgozó munkavállalók aránya a cégek közvetlen alkalmazottainak arányához képest Magyarországon” beigazolódni látszik, hiszen 2020. negyedik negyedévében a saját munkavállalók aránya 99,7 % volt, ami várhatóan minimálisan növekedni fog, viszont a kölcsönzött munkaerő 0,26%-ról várhatóan 0,225%-ra csökken 2021. negyedik negyedévére, ami 3,5 százalékpontos változást jelent.

Az OMCO Hungary Kft.

Az OMCO Hungary Kft. a Borsod-Abaúj-Zemplén megye megyeszékhelyén, Miskolc egyik külvárosi iparterületén helyezkedik el. Könnyen meglehet, hogy a helyiek még Ross Mould Kft. néven emlegetik, ugyanis névváltása nem olyan régen, 2020.12.15-én következett be tulajdonosváltás miatt. Jelenleg az OMCO INTERNATIONAL multinacionális belga cég tulajdonában van. (<https://www.e-cegjegyzek.hu/?cegadatlap/0509006161/TaroltCegkivonat>, 2021.04.02.) A vállalat egy belga startupként indult 1964-ben, majd 1970-ben szintén Belgiumban öntödét vásároltak. Ma már számos európai országban jelen vannak – a teljesség igénye nélkül - Németországban, Angliában, Horvátországban, Franciaországban, Ausztriában, de világviszonylatban is tevékenykednek többek között az USA-ban, Oroszországban és Malajziában. (<https://www.omcomould.com/locations.html#close>, 2021.04.02.)

A cég olyan speciális öntőformák gyártását végzi, melyek alapanyagául szolgálnak más termékek gyártáson történő előállításához. Munkavállalóinak létszámát tekintve összességében több, mint 1700 fővel tevékenykedik a világban, melynek nagy – 700 főt is meghaladó részét – Horvátországban foglalkoztatja. Magyarországon jelenleg ez a szám 219 fő.

Az OMCO Hungary Kft. árbevételét vizsgálva 2018-ban értékesítésből több, mint nettó 18 millió USD bevétele volt, melyből a bérköltség 5.125.537 USD-t tett ki, az igénybe vett szolgáltatások, ahová a munkaerő-kölcsönzést is soroljuk pedig 2.150.889 USD-t. 2019-ben ezek a számok a következőképpen alakultak USD-ben: nettó árbevétel: 20.058.723, bérköltség: 5.029.587, igénybe vett szolgáltatások értéke: 2.906.715.

A mérleg és beszámoló szerint is csökkent a saját foglalkoztatottak száma 2019-re, ezt a bérköltség csökkenése is mutatja. Ezzel párhuzamosan megnőtt az igénybe vett szolgáltatásokra költött összeg, amire részben magyarázatként szolgálhatnak a következőkben leírtak.

A munkaerő-kölcsönzés gyakorlata

A 2018-ban még Ross Mould Kft. néven működő gyárnak két üzemcsarnokában folyt a termelőtevékenység. 2018-ban a tulajdonos harmadik üzemcsarnok létrehozásáról döntött, mely a következő évre meg is valósult és ugyanettől az évtől, tehát 2019-től a munkaerőigényt kölcsönzött munkavállalókkal oldotta meg a cég, mely szolgáltatást mai napig igénybe veszi.

A létszámösszetétel vizsgálata során nagyon fontos tényező, hogy a vizsgált időszak első évében, azaz 2018-ban még nem élt a vállalkozás a munkaerő-kölcsönzés lehetőségével. Ebből következik tehát, hogy az ez évi létszámadatok kizárólag saját alkalmazásban lévő munkavállalói létszámot tartalmaznak (1. táblázat).

2. táblázat: Az OMCO Hungary Kft. létszámadatai 2018-ban (fő)

OMCO Hungary Kft. létszámadatai 2018-ban (fő)				
Munkaidő	Munkavégzés jellege	Férfi	Nő	Összesen
Foglalkoztatott nyugdíjas	Szellemi	1	0	1
Részmunkaidőben foglalkoztatott	Fizikai	0	4	4
Teljes munkaidőben foglalkoztatott	Fizikai	198	2	200
Teljes munkaidőben foglalkoztatott	Szellemi	54	14	68
Összesen:		252	20	272

Forrás: saját szerkesztés az OMCO Hungary Kft. adatai alapján

A 2019-es évben a foglalkoztatottság a következőképpen alakult: 278 fő összes munkavállalói létszámból saját munkavállalók létszáma 250 fő volt, míg a kölcsönzötteké 28 fő. A női kölcsönzött munkaerő a teljes létszám 0,7%-át tette ki, míg a férfiaké jelentősebben magasabb arányt képviselt a nőkhöz képest a maga 9,35%-ával. Ebben az évben a női munkavállalók aránya 6,1%-ot tett ki. A munkaerő-kölcsönzött férfiak aránya 11%-ot képviselt a saját foglalkoztatású férfiakkhoz képest. Az előző évhez képest tehát közel 6,4%-kal csökkent a saját alkalmazásban álló férfiak száma, a saját alkalmazásban álló nőké is közel ugyanennyivel, 6,25%-kal csökkent.

A 2020-as év viszont nagy változásokat hozott a vállalat életébe. Az év végén történő tulajdonosváltás nem csupán a cég nevének változását hozta magával, hanem az új tulajdonos egy korábban is gazdaságtalanul működő üzemcsarnok bezárásáról döntött. Az ehhez köthető létszámcsökkentés 2020.12.15-től valósult meg. Mindezek mellett 2020 márciusában az egész ország gazdaságát is érintő világjárvány miatt gyárak és üzemek kényszerültek leállásra a kormány intézkedései miatt. Az OMCO Hungary Kft. termelő tevékenysége ebben az időszakban is tovább folyt, a járvánnyal kapcsolatos intézkedések a szellemi dolgozókat érintették, akik nagy része otthonról, „home office”-ban dolgozhatott tovább, vagy felváltva jártak be a munkahelyi irodába.

A 2020-as évben a cég által főmunkaidőben foglalkoztatottak száma 287-re nőtt, ez 3,2%-os növekedés az előző évhez képest. Amíg a teljes létszám 1,7 %-át tette ki a női kölcsönzött

munkaerő, addig a férfiaké 16,7%-át. 2019-hez képest mindkettő aránya növekedett: a nőké 1, a férfiaké 7,35 %-kal. Ezzel szemben a saját alkalmazásban álló férfiak száma közel 6%-kal tovább csökkent, míg a nőké több, mint 13%-kal az előző évhez képest. A férfi és női alkalmazottak aránya továbbra sem változott.

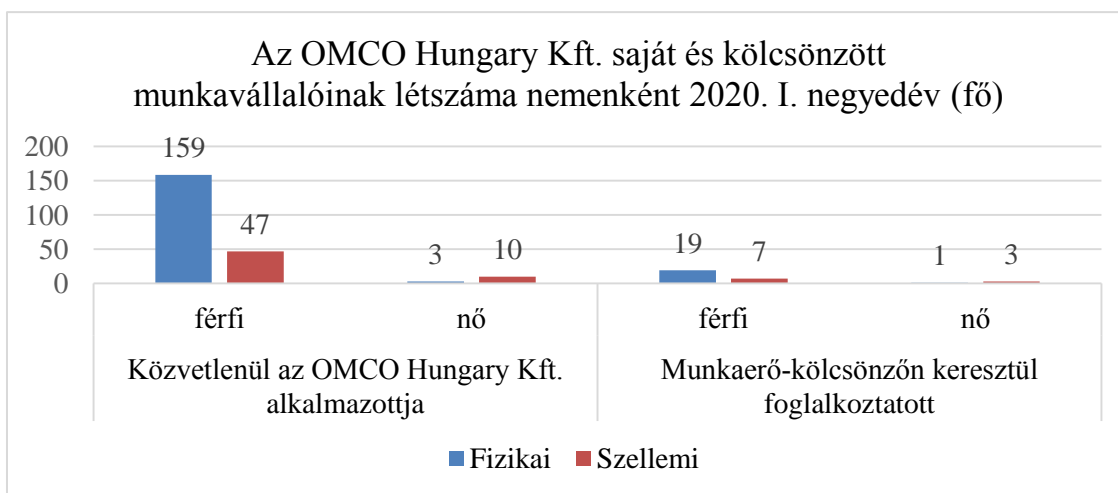
A létszámot nagy arányban a férfi munkaerő képviseli, így a mozgás is nagyobb ennél az állománynál, továbbá azt is sejthetjük, hogy az év végi üzemcsarnok bezárása miatti létszámcsökkenés a 2020-as adatokban még nem mutatkozott meg.

A kölcsönzés jelene és jövője (trendszámítás, becslés)

A 2021-es évet illetően a COVID járvány miatt továbbra is érvényben vannak korlátozások, melyek mind a magánéletünket, mind az üzleti életet befolyásolják, nem beszélve a gazdasági életről. Az eddigi eredményekből azonban úgy tűnik, hogy ezek a korlátozások legkevésbé érintették a fizikai munkát végző munkavállalókat és a termeléssel foglalkozó üzemet.

Az idei évet illetően az első negyedévre is rendelkezésemre állnak adatok, melyekből az 5. ábra szerinti összehasonlítást tudom végezni. A 2020 év végi csarnokbezárás hatása igazán a 2021-es létszámadatokon mutatkozik meg, hiszen a létszám 249 főre csökkent, ebből 219 fő saját munkavállaló, 30 fő pedig kölcsönzött. Előző évhez képest az összlétszám 13,24%-kal csökkent, a kölcsönzöttek aránya 12% a teljes létszámhoz viszonyítva. A 2020-as évben 18,4 %-át tette ki a létszámnak a kölcsönzött munkaerő, így a 12% 6,4%-os visszaesést jelent. A fizikai - szellemi munkavállalók megoszlása alig 2%-kal változott 2018-tól, 75%-ról 73%-ra csökkent a fizikai munkavállalók aránya.

12. ábra: Az OMCO Hungary Kft. saját és kölcsönzött munkavállalóinak létszáma nemenként 2020. I. negyedév (fő)



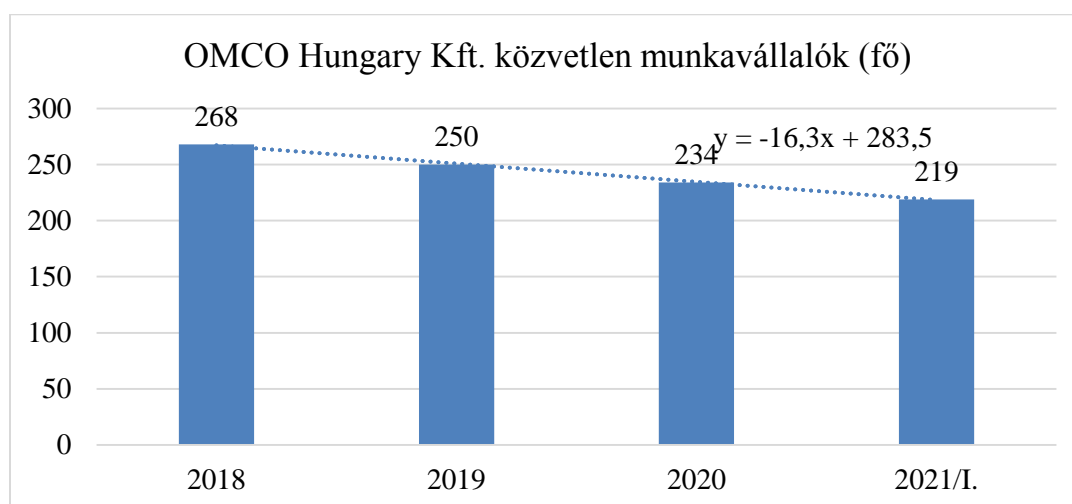
Forrás: saját szerkesztés az OMCO Hungary Kft. adatai alapján

A létszám változása azonban ebben az esetben egyértelműen a telephelyen lévő egyik egység bezárásához köthető, nem pedig a pandémiához. Igazolja ezt többek között az a tény is, hogy 2021-ben a termelést segítő szellemi munkavállalók felvételére került sor az OMCO Hungary Kft.-nél.

Eredmények és értékelésük

A rendelkezésre álló információk alapján – ugyanazon gondolatmenetel mentén, mint az országos adatok esetében - a 6. ábrában összesítve láthatjuk az OMCO Hungary Kft. saját alkalmazásban lévő munkavállalóinak statisztikai létszámát 2018, 2019, 2020-as évre és a 2021 első negyedévére vonatkozóan, illetve a trend lineáris egyenletét ($y = -16,3x + 383,5$), amely azt mutatja, hogy 2017-ben 283,5 fő körüli saját munkavállalója volt a cégnek, illetve a vizsgált periódusban átlagosan 16,3 fővel csökkent a saját alkalmazásban lévő munkavállalók száma. Érdekes ezen szisztéma szerint elemezni a munkaerő-kölcsönzötték létszámának alakulását is, melyet a 7. ábra foglal össze szintén a lineáris trend egyenletével. Ebben az esetben 2017-ben a kölcsönzött munkavállalók létszáma megközelítőleg 1 fő volt és a vizsgált periódusban átlagosan 11,5 fővel nőtt a munkaerő-kölcsönző cégen keresztül foglalkoztatott munkavállalók száma.

13. ábra: Az OMCO Hungary Kft. saját alkalmazásban lévő munkavállalóinak létszáma (fő)



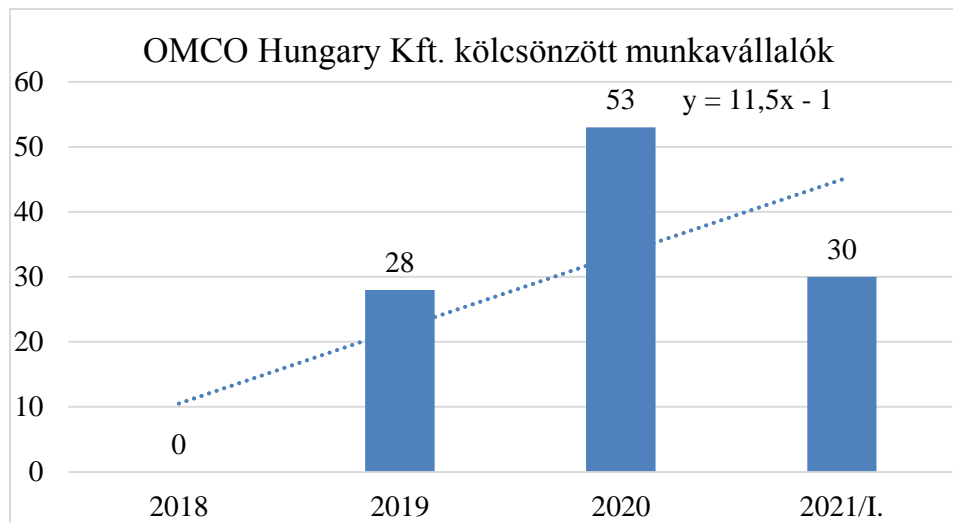
Forrás: saját szerkesztés az OMCO Hungary Kft. adatai alapján

A 2021. negyedik negyedévét illetően a becslések a következők:

2021. negyedik negyedévére vonatkozó becslések saját munkavállalók esetén $Y=283,5-16,3*t$, ahol $t=4$ (a vizsgált 4 év). $Y=218,3$ fő lesz várhatóan saját munkavállalója az OMCO Hungary Kft.-nek 2021. végén.

Kölcsönzött munkavállalók esetén $Y=1+11,5*t$, ahol $t=4$. Eredményül 47-et kapunk, ami azt jelenti, hogy 2021. végére várhatóan 47 fő lesz foglalkoztatva a cégnél munkaerő-kölcsönzőn keresztül.

14. ábra: Az OMCO Hungary Kft. kölcsönzött munkavállalóinak létszáma (fő)



Forrás: saját szerkesztés az OMCO Hungary Kft. adatai alapján

Ezek alapján kijelenthetem, hogy második hipotézisem, mely szerint: „Az OMCO Hungary Kft. munkaerő-kölcsönzőn keresztül dolgozó munkavállalóinak aránya csökken a cég közvetlen alkalmazottainak arányához képest.” helytelennek bizonyult.

A munkaerő-kölcsönzés és a gazdasági növekedés összefüggésének vizsgálata hazánkban

Egy gazdaság teljesítményének mérésére több mérőszámot ismerünk és alkalmazunk, és – bár egyre kevésbé mutat reális képet, mégis jellemzően – a bruttó haza összterméket használjuk, röviden a GDP-t. Magyarország GDP-jének változását a 2. táblázat mutatja.

3. táblázat: A bruttó hazai termék (GDP) volumenindexe

Időszak	Kiigazítás nélküli, nyers adatok (előző év azonos időszaka=100,0%)
2018. I.	105,0
2018. II.	105,4
2018. III.	105,6
2018. IV.	105,5
2019. I.	105,0
2019. II.	104,6
2019. III.	104,8
2019. IV.	104,3
2020. I.	102,1
2020. II.	86,7
2020. III.	95,4
2020. IV.	96,5

Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján,

http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpt001.html

2018-tól 2019-ig közel azonos ütemben nőtt a GDP az előző év azonos időszakához képest. 2020-as év elején lelassult, majd a második negyedévben egy nagyobb, 13,3 %-os visszaesés következett be 2019 II. negyedévéhez képest, és az év következő két negyedévében sem érte el azt a szintet, amelyet az előző év azonos időszakában produkált. Magyarország gazdasági teljesítménye tehát visszaesett 2020. II. negyedévéétől. (http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpt001.html, 2021.03.30.)

A munkaerő-kölcsönzésről készült vizsgálatok, és az iménti GDP adatok alapján a harmadik hipotézisem is beigazolódott, mely szerint: „A magyar munkaerőpiacon a munkaerő-kölcsönzés trendje igazodik a gazdasági növekedéshez.”

Összefoglalás

Kutatásomban három állításomra kerestem a választ, melyek közül kettő beigazolódott.

Véleményem szerint a legkevésbé szorul magyarázatra az, hogy ha egy ország gazdasága visszaesik, annak szükségszerű velejárója a munkanélküliség növekedése, így a foglalkoztatottság csökkenése. Folytatva a gondolatmenetet, ha a saját alkalmazásban álló

munkavállalók száma csökken, úgy várhatóan a kölcsönzőkön keresztül foglalkoztatottak száma is csökkenni fog, hiszen ha nincs szükség munkaerőre, utóbbi az, akiket éppen azért alkalmaznak, mert rugalmasan foglalkoztathatók, tehát elvileg gyorsabban is követik az ingadozásokat is.

Úgy gondolom, hogy a másik állításom, amely a COVID hatását vizsgálta a saját alkalmazású és kölcsönzött munkaerő arányára nézve, igazolása is logikus gondolatmenet mentén végigkövethető. Fentebb is szoltam már arról, hogy valószínű rugalmas jellege miatt népszerű a munkaerő-kölcsönzés, gyorsabban, szinte napi szinten le tudja követni az elvégzendő munkára szükséges munkaerő mennyiségét, ezért sok cég a megfelelő költségtervezés mellett igyekszik megtalálni a legoptimálisabb saját dolgozói munkaerőállományát, melyet kiegészít a megfelelő mennyiségű kölcsönzött létszámmal. Utóbbi így tökéletes megoldás lehet szezonális és eseti megrendelések teljesítéséhez, lásd feldolgozóipar. A járvány hatására úgy gondolom a legtöbb területen lecsökkent a megrendelések száma, melyek teljesítéséhez – a saját állomány is elegendő – több esetben – sok is volt, így nem volt szükség más megoldásokra, tehát csökkent az arányuk.

Az OMCO Hungary Kft.-vel kapcsolatos állításom hamisnak bizonyult, vagyis a vállalat munkaerő-kölcsönzőn keresztül dolgozó munkavállalóinak aránya nem csökkent, hanem nőtt a saját alkalmazottainak arányához képest.

Ennek oka véleményem szerint több tényezőre is visszavezethető. Az első tényező, amely erre az eredményre vezethetett: a vizsgált időszak. Nem csupán a 2018-as év 0-s adatai torzíthatják a trendszámítást, hanem az intervallum rövide és különbözősége, hiszen 2021-et tekintve egyelőre negyedéves adatok állhattak a rendelkezésemre, míg országos adatok 2020-ig bezárólag. A másik tényező, hogy pont ebben az időszakban történt egy új – harmadik – üzemcsarnok nyitás, aztán zárás, amely alapvetően megbolygathatta a létszámot, nem csak mennyiségét, hanem összetételét illetően is.

Az azonban egyértelmű, hogy vizsgálatom szerint a 2019 és 2020-as év tekintetében ellentétes folyamatok mentek végbe, mint országosan. Az OMCO Hungary Kft. úgy látja, hogy a pandémia gazdasági hatása a kft.-t is érintette, emiatt azonban a vállalkozásnál létszámcsökkentésre nem került sor.

A mintám tehát országos tekintetben semmiképpen nem tekinthető reprezentatívnak, de nem is ez volt a célom. Kutatásom rámutatott arra, hogy a COVID által beindított folyamatok sokkal összetettebbek annál, minthogy a témával kapcsolatos megállapításokat feketén-fehéren egy viszonylag egyszerű létszámösszetétel-elemzés igazolni tudná.

Irodalomjegyzék

- <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mpf/mpf202/index.html>, letöltve: 2021.03.11.
- 20.1.2.2. A 15–64 éves népesség gazdasági aktivitása, megye és régió szerint, https://www.ksh.hu/stadat_files/mun/hu/mun0077.html, letöltve: 2021.04.18.
- 2.1.2.15. A foglalkoztatottak száma korcsoportok szerint, nemenként* http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/mpal2_01_02_15a.html, letöltve: 2021.03.11.
- 2.1.2.25. A munkanélküliek száma korcsoportok szerint, nemenként* http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/mpal2_01_02_25a.html, letöltve: 2021.03.18.
- 20.1.2.12. A nyilvántartott álláskeresők száma, megye és régió szerint, december [fő]*, https://www.ksh.hu/stadat_files/mun/hu/mun0087.html, letöltve: 2021.04.18.
- 2.1.2.13. Az alkalmazottak munkaszerződésének jellege főmunkában, nemenként*, https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/mpal2_01_02_13.html. letöltve: 2021.03.11.)
- 2.1.7.2. A foglalkoztatottak száma nemzetgazdasági ágak, ágazatok szerint, nemenként – TEÁOR'08, http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_mef008a.html, letöltve: 2021.03.18.)
- 3.1.1. A bruttó hazai termék (GDP) értéke, volumenindexe és implicit árindexe (1995–), http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpt001.html, letöltve: 2021.04.05.
- https://nfsz.munka.hu/tart/stat_munkaero_kolcsonzok, letöltve: 2021.02.26.
- https://nfsz.munka.hu/nfsz/document/1/3/9/7/doc_url/KOLCSONZOK_orzagos_lista_2020_IV_nev.pdf, letöltve 2021.02.26.
- Gedei Henriett (2019): Összefoglaló a munkaerő-kölcsönzők 2018. évi tevékenységéről, Budapest, A Pénzügyminisztérium Elemzési és Bérpolitikai Osztálya, elérhető: https://nfsz.munka.hu/tart/stat_munkaero_kolcsonzok, letöltve, 2021.03.18.
- Gedei Henriett (2019): Összefoglaló a munkaerő-kölcsönzők 2019. évi tevékenységéről, Budapest, Innovációs és Technológiai Minisztérium Elemzési és Bérpolitikai Osztálya, elérhető: https://nfsz.munka.hu/tart/stat_munkaero_kolcsonzok, letöltve, 2021.03.18.
- <https://mmosz.hu/>, letöltve: 2021.02.26.

Erdeiné Késmárki-Gally Szilvia (2018): „A munkaerő-kölcsönzés helyzete és kihívásai Magyarországon” Multidiszciplináris kihívások, sokszínű válaszok, 3.sz. o. 4-23. Elérhető: <https://ojs3.mtak.hu/index.php/mksv/article/download/1871/4025>, letöltve: 2021.03.14.

Fazekas Károly – Csillag Márton – Hermann Zoltán – Scharle Ágota (2019): Munkaerőpiaci tükrök 2018, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Budapest, elérhető: http://real.mtak.hu/105269/1/Munkaeropiaci_Tukor_2018_egyben.pdf, letöltve: 2021.03.18.

https://index.hu/gazdasag/2019/01/30/munkaero-kolcsonzes_magyarorszagon_munkaerohiany/, letöltve: 2021.02.26.

<https://www.hrportal.hu/hr/atipikus-helyzetben-az-atipikus-az-idealis-foglalkoztatasi-forma-20210329.html>, letöltve: 2021.04.08.

<https://ado.hu/cimke/munkaero-kolcsonzes/>, letöltve: 2021.02.26.

<https://www.omcomould.com/locations.html#close>, letöltve: 2021.03.20.

<https://www.ceginformacio.hu/cr9310155652>, letöltve: 2021.03.20.

<https://www.e-ceggyezek.hu/?cegadatlap/0509006161/TaroltCegkivonat>, letöltve: 2021.04.02

A FENNTARTHATÓ TURIZMUS HELYZETELEMZÉSE A MÁTRA-BÜKK TURISZTIKAI TÉRSÉGBEN

Tumpek Fanni

Turizmus szak, III. évfolyam

Témavezető:

Dr. Gyurkó Ádám

adjunktus

Absztrakt

A turizmus az egyik legnagyobb ütemben fejlődő és gazdaságilag kifizetődő iparág. A turizmus iránti kereslet megköveteli a termékek kínálatának növelését, ez a folyamat a természeti erőforrások felhasználásával jön létre. Viszont ez a folyamatos fejlődés nem csak pozitív hozadékkal jár, mivel a Földünk zárt rendszerű folyamatok összessége és a turizmussal járó negatív hatások közé tartozik az autók utazás közben kibocsátott CO₂ mennyisége, a létrejött műanyag és más alapanyagú szemét felhalmozódása vagy a zöldövezetek csökkenése a turisztikai termékek bővülésével. A turizmussal járó negatív környezeti folyamatok megállítására jött létre a fenntartható turizmus. Tanulmányom célja, hogy a Mátra-Bükk turisztikai térség településeinek Ökoturisztikai látogatottságát és a turizmusban résztvevők környezettudatos utazási szokásait vizsgáljam.

1. A téma aktualitása

A választott kutatási témám a Fenntartható turizmus és területfejlesztés helyzetértékelése és annak elemzése a Mátra-Bükk turisztikai térségben. A témával kapcsolatban személyes céloknak tartom a zöld turizmus kutatását és a szemléletmód népszerűsítését a lakosság körében. Területileg az újonnan felosztott turisztikai térségek közül a Mátra-Bükk térséget választottam, ami nagyon sok természeti kincset és túralehetőséget kínál, ezzel létrehozva egy új célpontot az Ökoturizmusban résztvevők számára. Bennem 2019-ben tudatosult, hogy a Földünk számára milyen megterhelőek is vagyunk mi, emberek, amikor pár órás Tisza tavi kenuzás során több szemetet láttam a vízben és a parton, mint a vízi világ élőlényeit. Ez a felismerés, miszerint az környezetünk rovására megy a turizmus ágazat növekedése, juttatott

el ahhoz a felismeréshez, hogy a tömegturizmus helyett népszerűsíteni kell az alternatív turizmusfajtákat.

Kutatási célok és hipotézisek

Kutatásomnak az a célja, hogy adatokat gyűjtsék legfőképpen az Észak-Magyarországon élő lakosok körében arról, hogy milyen információkkal rendelkeznek a Mátra-Bükk turisztikai térség fenntartható turisztikai termékeiről és látogatták-e már valamelyiket, ha igen, mi motiválta őket erre, illetve, ha nem, akkor ennek mi az oka. Továbbá, hogy melyek a látogatók által legtöbbször választott helyszínek a Mátra-Bükk turisztikai régió települései közül és milyen arányban mérlegelik a szálláshelyek, az éttermek és a szolgáltatások fenntarthatóságát és környezettudatos intézkedéseiket mielőtt szállást foglalnának, rendelnének vagy részt vennének a programon.

- H1: Magyarországon a községben vagy kisvárosban lakók nagyobb rendszerességgel választanak Ökoturisztikai, mint más típusú utazási célpontot.

Az első hipotézisem abból következik, hogy véleményem szerint a községben (5 ezer alatt, nagyközség 5 ezer fő felett) vagy kisvárosban (5-20 ezer között) lakók számára a természet közelsége, miatt nagyobb rendszerességgel vesznek részt zöld turizmusban. Ennek oka, hogy kevesebb időt és diszkrecionális jövedelmet kell befektetniük ahhoz, hogy eljussanak Ökoturisztikai látnivalókhoz vagy fenntartható programon vegyenek részt.

- H2: Az Ökoturizmusban résztvevők száma növekedik 2019-ről 2020-ra a Covid-19 járvány miatt.

Az a gondolatmenet adja második hipotézisem relevanciáját, hogy az aktív ökoturisztikai termékek igénybevételén kívül csak néhány esetben volt lehetőségük az embereknek utazáson részt venni, mivel a járványügyi korlátozások miatt mást nem vehettek igénybe.

- H3: A turizmusban résztvevők számának csökkenése a Covid-19 járvány hatására legkevésbé a természetjáró turizmusban tapasztalható 2019-ről 2020-ra

Tanulmányaim és szakmai gyakorlatom alapján úgy gondolom a legkisebb mértékű látogatószám visszaesést a természetjáró turizmus látogatottsági adataiban realizáljuk, mivel a korlátozások miatt a kulturális, sport és csoportos turizmustípusok látogatóközpontjait és helyszíneit be kellett zárni 2020-ban és a természetjáró turizmushoz nem kell komoly előkészület, se felszerelés és bármikor üzhető időjárástól szinte függetlenül.

- H4: Utazási cél kiválasztásának szempontjából a turisták fontosabbnak tartják a szálláshelyek ár-érték arányát, mint a vendéglátóegységeket.

Tapasztalataim alapján a magyar turisták többsége még nem a gasztronómiai utakat részesíti előnyben, így elsősorban a szálláshelyek kínálatát vizsgálja meg utazási célja kiválasztásakor.

- H5: A turisztikai trendeknek megfelelően az ismertebb fenntartható turisztikai termékekkel rendelkező Bükk vidéki településeken több látogató fordul meg, mint a Mátra vidékieken

Utolsó feltételezésemet arra alapozom, hogy a jó marketinggel rendelkező, ismertebb desztinációkat preferálják a magyar turisták, mint például Szilvásvárad és Répáshuta vagy éppen Eger és térsége, mivel nem sokan ismerik a kisebb települések nevezetességeit és látnivalóit. Ezzel szemben a Mátra vidéki települések nem rendelkeznek országos ismertséggel pedig rengeteg látnivalóval, természeti és kulturális kincssel várják a turistákat.

2. Kutatási módszertan

A primer kutatási módszerek közül a kérdőív készítését választottam. A kérdőív kitöltése online felületen keresztül történt, mivel az internetes közegben több embertől tudok információt kérni. A hólabda mintavételi technikát használom elsősorban, ami nem véletlenszerű mintát eredményez, de a jobb reprezentativitás érdekében tematikus közösségi oldalakon és csoportokban is megosztom a közösségi oldalamon kívül. Szekunder adatelemzéseket a Központi Statisztikai Hivatal Tájékoztatói Adatbázisát és a Kiadványtár. A kutatás célja és hipotézisek fejezetben megfogalmazok 5 szakmailag releváns hipotézist, amelyeket bővebben a felsorolásuk után kifejtek.

A kérdőívet 2021. április elsején osztottam meg saját közösségi oldalamon, azzal a felhívással, hogy ismerőseim segítségét szeretném kérni abban, hogy kitöltik és megosztják a saját szerkesztésű kérdőívemet. A kérdőív címe „Ökoturizmus felmérés a Mátra-Bükk turisztikai térségben” és a teljes kérdőív megtekinthető a Mellékletek fejezetben. A válaszadást 2021.04. 14.-én zártam le, mivel akkor érte el a kitöltöttség a kitűzött számot. Összesen 234 válasz érkezett a kutatási kérdőívemre, amely 20 kérdésből állt. Ezen válaszok alapján elemzem a demográfiai adatokat és a hipotéziseket elfogadom vagy elvetem a kitöltések alapján. A nemet, a generációkat és a végzettségi szintet figyelembe véve a kitöltők többsége (19,2%) X generációba tartozó (40-56 éves) főiskolai vagy egyetemi végzettséggel

rendelkező nő volt, ez arra enged következtetni, hogy a kérdőív válaszai leginkább a fent említett csoport véleményét tükrözi.

3. Céletterület bemutatása

A Mátra-Bükk turisztikai térség megalakulásának munkálatai 2017-ben kezdődtek meg és 2020. szeptember 14-én jelent meg a Magyar Közlönyben a 429/2020. (IX. 14.) Kormányrendelete a turisztikai térségek meghatározásáról, ahol a Mátra-Bükk desztináció megkapta a turisztikai térség behatárolást, amely a rendelet megjelenésétől számított 15. napon lépett hatályba és angol nyelvű elnevezésként pedig az Eger region nevet kapta.

1.Ábra: A Mátra-Bükk turisztikai térség települései



Forrás: Gyurkó Á., 2020

Az 1. Ábra bemutatja a Mátra-Bükk turisztikai térségbe tartozó 46 települést és területüket az Észak-Magyarországi régió belül. A Mátra-vidékről (sötétbarna színnel jelölt) 22, míg a Bükk területéről (világosbarna színnel jelölt) 24 település tartozik a turisztikai térség lehatárolásába.

A Mátra turizmusának gócpontja Kékestető és környéke. Mivel széles termékcsalájjal rendelkezik ezért ideális több napos utazások célpontjának. Kékestető csodálatos túraútvonalakkal rendelkezik, klímája gyógyhatású és télen sielési lehetőséget is biztosít. Nem kell messzire utaznunk és megcsodálhatjuk a Parádon a Cifra Istálló és kocsis múzeumot, ihatunk a parádi gyógyvízből és megcsodálhatjuk a parádsasvári Sasvár kastélyt. Kipróbálhatjuk Mátraderecskén a Magyarországon egyedüli Mofetta Széndioxid Gyógygázfürdő vagy, ha ténylegesen fürdőzni szeretnénk akkor a Salvus gyógyvizű 1 Bükkszékfürdő sincs messze. A kulturális és örökség turizmus kedvelőinek is kedvez a vidék főként Recskén a Nemzeti Emlékpark kiállítóhely, Sirokban a Siroki vár, Gyöngyösön pedig a Mátra Múzeum, a Ferences Műemlékkönyvtár, a Huszár Lajos Éremtár és a Kálvária templom várja látogatóit. A Gyöngyöshöz tartozó Mátrafüreden látogathatjuk Magyarország legmagasabban fekvő tavát, Sástót, a Palóc néprajzi babakiállítását, a Kozmáry-kilátót és az Oxygen Adrenalin Parkot. Napjainkban nagy népszerűségnek örvend még a Kisnánai vár, valamint Tar Magyarországon egyedüli Buddhista temploma.

A Bükk turizmusának központja Eger és környéke, valamint Miskolc, amely desztinációk gazdagok természeti, kulturális és gyógy-turisztikai termékekben. Eger legfőképpen a kulturális és örökségturizmusban érdekelt, mivel kiemelkedő számú és minőségű látványossággal büszkélkedhet. Ilyen attrakció az Egri vár, a Minorita templom, a Bazilika, az Érseki Palota Látogatóközpont vagy a Líceum épülete is. Borturisztikai téren is jelentős, mivel több pincesorral és kiváló minőségű díjnyertes borokkal és borászatokkal rendelkezik. Eger környékén több fürdő is van ezek közül a legkiemelkedőbb a Cascade Barlang és Élményfürdő, a Demjéni Termálfürdő és Aquapark és a Demjéni Termálfürdő. Emellett népszerű a Bogácsi termálfürdő, a mezőkövesdi Zsóry Gyógy és Strandfürdő, valamint az egerszalóki Sódomb. Az aktív turisták, viszont inkább Szilvásváradot választják a Szalajka völgy és az Istállós-kői barlang miatt vagy Bélapátfalvát részesítik előnyben a Bélkő és a Cisztreci apátság miatt, esetleg Felsőtárkányt preferálják a bükki túrák miatt. Borsod-Abaúj-Zemplén megyéből Miskolc rendelkezik a legnagyobb turisztikai potenciállal kulturális és természeti értékeket is figyelembe véve. Miskolcon található a Herman Ottó Múzeum, a Diósgyőri vár és a Miskolci Állatkert és Kultúrpark. Viszont ezen felül hozzá tartozik Miskolctapolca és Lillafüred is. Miskolctapolcán megtekinthetjük a csónakázó tavat, kipróbálhatjuk az Avalon Szórakoztató és Élményparkot és pihenhetünk a Barlangfürdőben. Lillafüreden pedig a Palotaszálló, a Lillafüredi Függekert és Vizesés, valamint a Szent István cseppkőbarlang és Anna mésztufa barlang várja a látogatókat. Továbbá komplex program és

láttnivaló élményt találhatunk Noszvajon, ahol Noszvaj a De la Motte kastély, a Magtár-Értéktár, a Thummerer pince, a kaptárkövek és barlanglakások a Farkaskői Alkotóteleppel várják a turistákat.

4. Fogalom meghatározás: turizmus, tömegturizmus, fenntartható turizmus

Ahhoz, hogy megfelelően tudjuk értelmezni a fenntartható turizmus és területfejlesztés témakörét, néhány alapvető és fontos definíciót kell tisztáznunk. Ezek közül a két legfontosabb a turizmus és a fenntarthatóság fogalma és kapcsolatuk. A WTO (World Tourism Organisation) a hágai nyilatkozatában a turizmus hivatalos fogalmának Dr. Lengyel Márton közgazdász és nemzetközi turizmusszakértő 1989-ben megalkotott meghatározását vette át az új turizmusszemlélet létrejötte miatt, ami így hangzik: „Turizmus alatt egyrészt az emberek valamennyi állandó életvitelükön és munkarendjükön (lakás és munkahely) kívüli helyváltoztatását értjük függetlenül azok motivációitól, időtartamától és célterületétől. A turizmus másrészt az emberek helyváltoztatásával kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese.” (Lengyel M.1986, 3. szám) Lengyel Márton turizmus fogalma nagyon komplex és határozott szabályszerűségeket határoz meg a tekintetben, mit tekintünk turizmusnak. Ez a behatárolás mutatja meg, hogy napjainkban, a turizmusban résztvevő kiszolgáló oldalnak, milyen sokrétűnek és felkészültnek kell lennie, hogy a vendégeket odavonzza és meg is tartsa.

Véleményem szerint, a turizmusfajták megtöbbszöröződése és a látogatók környezettudatosságának növekedése miatt a zöld turizmus elterjedése folyamatos, mivel egyre többen látják be, hogy a környezetünk védelme közös érdekünk. A fogyasztók számára fontossá vált az egyedi termékek vásárlása a tömeggyártott fogyasztói cikkekkel szemben. (Árva L.Deli—Gray Z. 2010) Ellentétben az ipari korszakkal az emberek több szabadidővel és diszkrecionális jövedelemmel rendelkeznek, tudatosan a turisztikai célpont értékei alapján választanak utazási célt az online térben fellelhető információk mérlegelésével. Tanulmányaim alapján a bizonyított, hogy a posztmodern turista előnyben részesíti a saját szervezésű utazásokat a csomagutazásokkal szemben, mivel így megkapja az egyedi termékérzetet. Az utazás motivációja már nem csak pihenés és relaxáció, hanem munka, tanulás és vásárlás lebonyolítása is jellemzővé vált. (Árva L.—Sipos Z. 2019)Aposztmodern turista előnyben részesíti a tömegturisztikai célpontokat, viszont az „overtourism” környezetre káros, mivel a természettől veszünk el területet a szálloda és más turisztikai

létesítmény építésével. Hátrányai még a terület kulturális identitásának elvesztése, a tájrombolás és az ökológiai egyensúly felborítása. Az utazások által kibocsátott károsanyagok például nagyban hozzájárulnak a globális felmelegedéshez, amelynek következménye lehet a síparadicsomok és a megnövekedett tengerszint által szigetek és partmenti városok eltűnése.(Szlávik J. 2010)

A turizmus környezetromboló hatásainak csökkentésére elterjedőben vannak az „undertourism” vagyis az alternatív turizmus fajtái is, amelyek a szelíd turizmus kategóriába tartoznak. Ezek közé tartozik a zöldszturizmus és az ökoturizmus. A zöldszturizmus központjában a természeti értékek állnak és az ökoturizmus, más néven fenntartható turizmus fogalma a WTO 1998-as meghatározásában pedig, így hangzik; „A fenntartható turisztikai fejlesztés egyrészt kielégíti a jelenlegi turisták és fogadó területek szükségleteit, másrészt védelmezi és növeli a jövő lehetőségeit. Az elképzelések szerint lehetővé teszi az erőforrások olyan módon történő menedzselését, hogy miközben az emberiség kielégítheti gazdasági, társadalmi és esztétikai igényeit, ugyanakkor megőrizheti az alapvető ökológiai folyamatokat, a biológiai változatosságot és az életet fenntartó rendszereket, valamint a különböző népek és csoportok kulturális integritását is.” (WTO, 1998)

Az ökoturizmus fajtái közé tartozik a vallási turizmus, a gyógyturizmus, a kulturális és örökségturizmus, a lovas-turizmus, a vadászturizmus, a falusi turizmus, a kerékpáros turizmus, a természetjáró turizmus és a vízi turizmus. A természetjárás ezek közül a legnyilvánvalóbb és legkönnyebben megvalósítható fajtája. A természetjáró turizmus nem csak az idősek, hanem a fiatalok körében is kedvelt: A társadalom számára fontos jótéteménye ennek a típusnak a természet megóvása, az egészség megőrzése és hazánk megismerése. (Árva L.— Várhelyi T., 2020) A fenntartható turizmus napjaink válasza az ipari forradalom óta folyamatosan létrejövő környezeti problémáinkra, mivel ha ezt a turizmusformát választjuk, akkor ezzel csökkenteni tudjuk az ökológiai lábnyomunkat.

5. Kutatási eredmények

A továbbiakban bemutatásra kerülnek a feltevéseimhez tartozó bizonyító adatok, diagramok és táblázatok.

Az 1. Táblázat magában foglalja a kitöltők lakhelytípusának számadatait, valamint azt, hogy szabadidős programként szívesebben választanak tevékenységet az Ökoturizmus fajtái közül vagy sem és a két kritérium kapcsolatban áll-e egymással. Első hipotézisem

megválaszolásához összevettem az 5. és 18. kérdésre adott válaszokat (5. lakhely típusa, 18, szívesebben választ-e szabadidős programot Ökoturizmus fajtái közül vagy sem) és a megadott szempontok szerint csoportosítottam. A kitöltők közül az „Egyéb” opcióra 3 fő a „falu”, 1 kitöltő pedig a „Szentdomonkos” megnevezést írta, az ő válaszaikat a község kategóriába soroltam, valamint 1 fő „város” választát a kisváros kategóriába soroltam. Így az összes kitöltést vizsgálva készítettem a táblázatot.

1.Táblázat: Kérdőívkitöltők eloszlása lakhelyük típusa és szabadidő eltöltésük szerint

Lakhelytípusa	Ökoturizmust választ	nem Ökoturizmust választ	Összesen
főváros	9	3	12
nagyváros	41	13	54
kisváros	64	28	92
község	56	20	76
Összesen	170	64	234

Forrás: saját kutatási szerkesztés, 2021

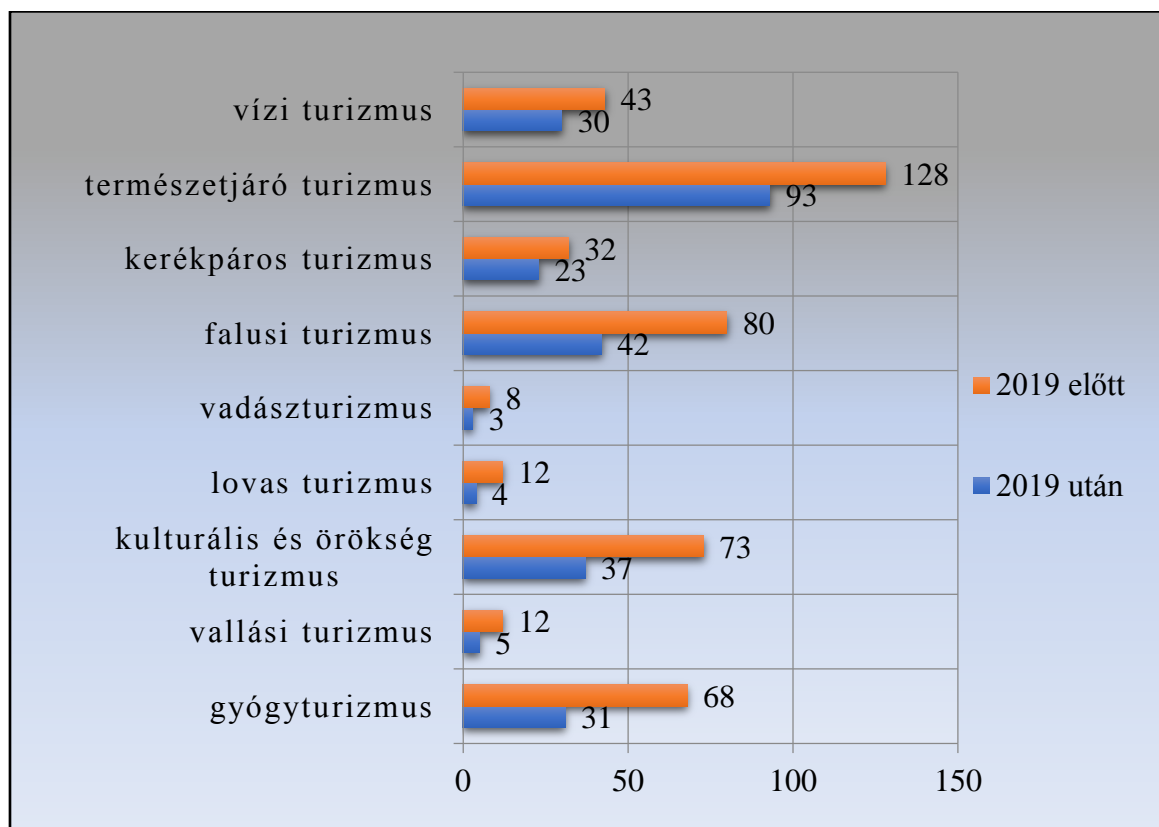
Mint látható a válaszadók közül 170-en (72,7%) szabadidős programként az Ökoturizmus fajtái közül választana programot, míg 64 fő (27,3%) nemleges választ adott. A hipotézisemet viszont a kutatás megcáfolta, mivel ha a település típusonkénti „Összesen”-ek és az Ökoturizmust választók számát százalékosan megvizsgáljuk a fővárosban és nagyvárosban lakók nagyobb százalékban választják a zöldszturizmust, mint a kisvárosban vagy községben élők. A fővárosiak 75%-ban, a nagyvárosban élők 76%-ban választják az Ökoturisztikai programot, míg a kisvárosban élő válaszadók 69,5%-a, a községben lakók közül pedig 73,6%-uk dönt a fenntartható turizmus mellett.

Véleményem szerint ez a tendencia annak köszönhető, hogy a városban, fővárosban lakók számára nagyobb élmény a természet közelsége és a város zajától való távollét, mint a kisvárosban és községekben élőknek, mivel nekik elérhetőbb közelségben van a természet.

A második hipotézisem vizsgálatára a kérdőívben a 10. kérdés ad választ, amelyben arra kérdeztem rá, hogy a Covid-19 járvány kitörése után nőtt, csökkent vagy változatlan maradt-e azon alkalmak száma mikor Ökoturizmusban vett részt. A válaszadók 79%-a csökkenésről számolt be, míg 15%-uk ugyanannyiszor, 6%-uk pedig többször vett részt Ökoturizmusban. Kutatási adataim alapján a második hipotézisem nem igazolódott, így elutasításra kerül a feltételezés.

Az 2. Ábra az ökoturizmus fajtáiban való részvételt prezentálja a kitöltők válaszai alapján. A két időintervallumban bemutatott értékek nem a teljes kitöltő csoportra vonatkoznak, mivel vannak olyan válaszadók, akik még nem vettek részt ökoturizmusban vagy nem kívántak válaszolni. A diagram a 8. és 13. kérdés válaszait veti össze.

2. Ábra: Az Ökoturizmus fajtákban való részvétel változása



Forrás: saját szerkesztés, 2021

A 2019 előtti kategóriában 214 ebből 3 nem értelmezett, mivel a kérdés úgy szólt; „Ha vett részt ökoturizmusban, kérem, jelölje melyik fajtában” és 2 kitöltő nemleges választ adott, 1 pedig azt válaszolta, hogy „FT”. Az „FT” esetében lehet, hogy a kitöltő a falusi turizmus fajtára gondolt, de ilyen irányú következtetéseket teljes megbizonyosodás nélkül nem tettem az adatok elemzésekor.

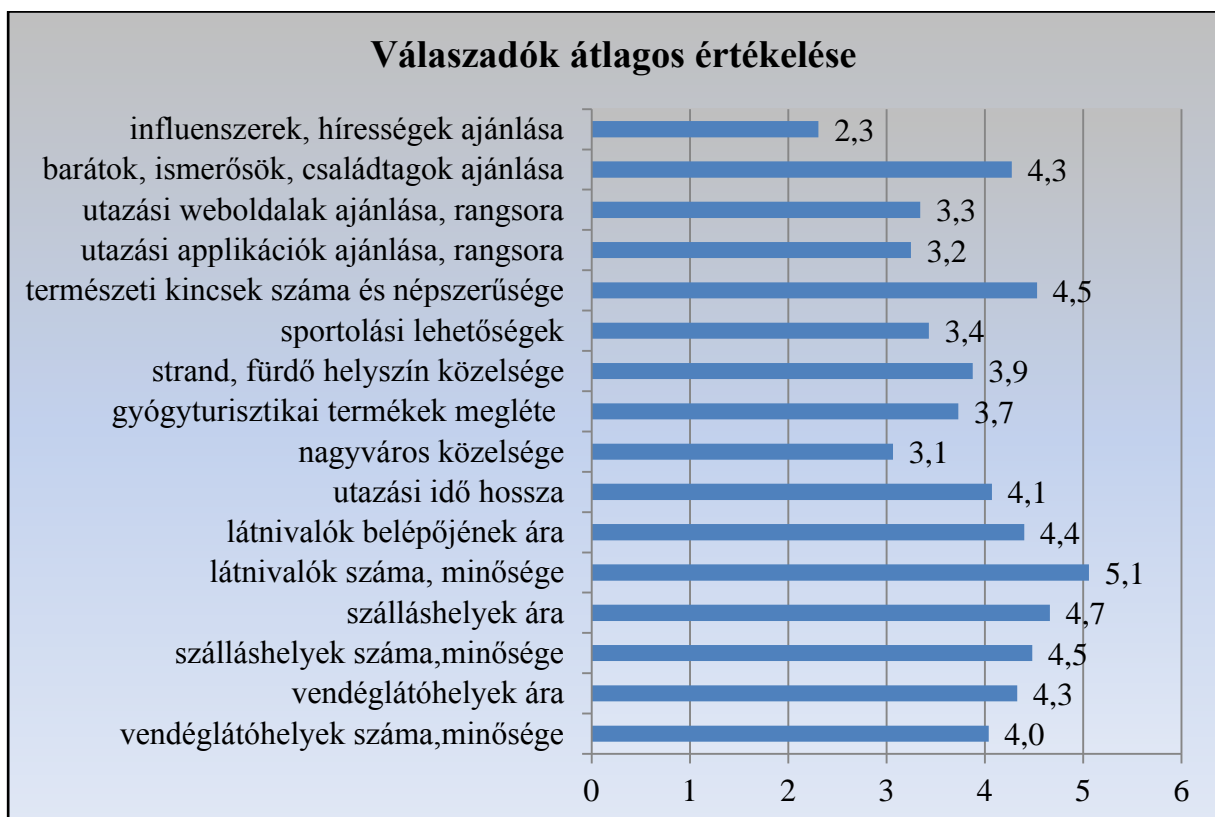
A 2019 utáni kategóriában pedig 162 válasz érkezett, amik közül 5-en írták, hogy nem vettek részt, 1 fő pihenést írt, 1 kitöltő azt válaszolta, hogy „Ismerd meg lakóhelyed”, 1 fő pedig azt, hogy „MI”. Így a végleges megjelenített adathalmazok elemszáma; 2019 előtt: 211 fő, 2019 után 154 fő. A két halmaz közötti drasztikus csökkenés is mutatja, milyen mértékben esett vissza a turizmus gazdaság ágazata a koronavírus kitörése után. A rossz válaszok a 2019

előtti csoportban az válaszadók 214 főből álló sokaságának 1,5%-át teszik ki. A 2019 utáni 162 fős csoportnál viszont már 4,8%.

A 2019 előtti értékekből Mindkét időszakban a három legnépszerűbb típus a természetjáró, a falusi és a kulturális és örökség turizmus volt. Viszont minden kategóriában nagymértékű visszaesés tapasztalható. Legnagyobb csökkenést százalékos változást tekintve a lovas turizmus területén tapasztalhatunk, mivel 2019-ben 12 fő vett részt, míg 2020-ban az előző évi adatokhoz képest 66,6%-os csökkenés ment végbe. A 2019 előtt legnépszerűbb természetjáró turizmusban viszont a csökkenés mértéke lényegesen kevesebb 27,3 % és a legkisebb különbség ebben a csökkenő tendenciában realizálódik.

A 9. kérdésnél a válaszadóknak 1-5-ig terjedő skálán kellett megadnia milyen mértékben változtak az utazási szokásaik a koronavírus járvány kitörése után. A skálán az 1-egyáltalán nem változtak 5- nagymértékben változtak jelölést tartalmazta. A legtöbb válaszadó (136 fő) az 5-ös jelölésű nagymértékű opciót választotta. Csupán 1 fő utazási szokásai maradtak változatlanok a válasza alapján.

3.Ábra: Válaszadók átlagos értékelése

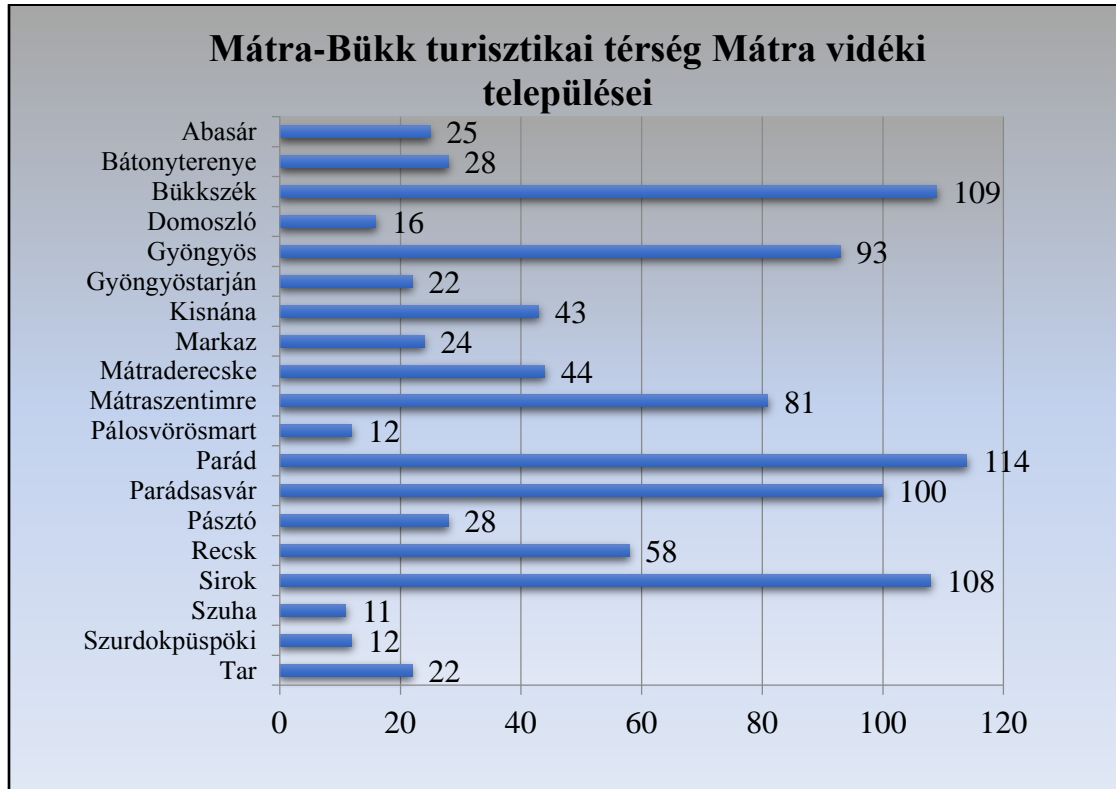


Forrás: saját szerkesztés, 2021

A 3. ábrán a sorszámozás jelentése a következő; 1.- egyáltalán nem fontos, 2.- kicsit fontos, 3.- kevésbé fontos, 4.- átlagosan fontos, 5.- fontos, 6.- nagyon fontos. A táblázat bemutatja a 11. kérdésre adott válaszok adatainak átlagát. A megadott utazási célpontválasztási tényezők közül 8 esetben is a legtöbben a 4-es, átlagosan fontos kategóriát jelölték (ezek a diagramon a 4-4,9 értékig jelennek meg). A kérdezettek 2 kategóriában szélsőséges értéken ugyan, de nagyarányban egyetértést mutattak. A legkisebb fontossággal a célpontjuk kiválasztásához az „influenzerek, hírességek ajánlását” választották (2,3), míg a legfontosabb a „látnivalók száma, minősége” kategória lett az 5,1-es átlagos válaszadói értékkel.

A szálláshelyek minőségét, számát és árát a válaszadók fontosabbnak tartják, mint a vendéglátóegységek minőségét, számát és árát. Ezt bizonyítja, hogy a vendéglátóegységeknél mindkét tényező (vendéglátóhelyek ára, vendéglátóhelyek száma és minősége) meghatározásnál az „átlagosan fontos” kategóriát választották 68 és 67 fő többségével, átlagosan 4,3 és 4, míg a szálláshelyek (száma-minősége, ára) tekintetében legtöbben a „fontos” értéket jelölték 71 (4,5) és 76 (4,7) válasszal.

4.Ábra: A Mátra-Bükk turisztikai térség Mátra vidéki településeinek látogatottsága



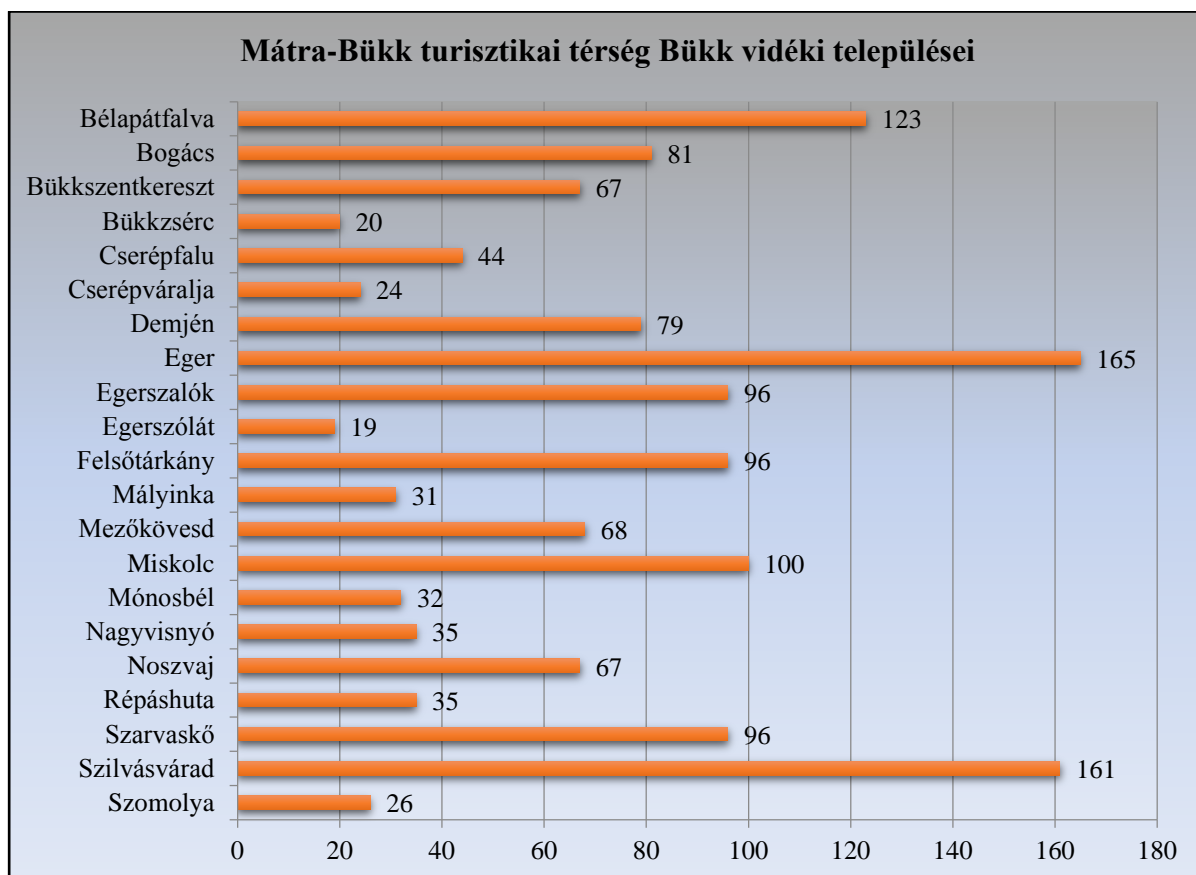
Forrás: saját szerkesztés, 2021

A 4. Ábrán látható, hogy legtöbb látogatóval Parád rendelkezik az eddigi adatok alapján a legtöbb jelöléssel (114) fő turisztikai potenciálja a Cifra Istálló és kocszi-múzeum, valamint a parádi gyógyvíz. Második helyen 109 jelöléssel Bükkszék áll, a Salvus gyógyvizű strandja, Bükkszékfürdő miatt.

Harmadik Sirok (108) nevezetességei a siroki vár, a barlanglakások és a Nyirjes-tó. Negyedik helyen lévő Parádsasvár (100) természeti szépségéről és a Sasvár kastélyról híres.

Gyöngyös áll az ötödik helyen (93 jelöléssel), egyik legnagyobb vonzereje az Orczy kastélyban üzemelő Mátra Múzeum. Itt található a Gyöngyösi Állatkert, a Ferences Műemlékkönyvtár, a Huszár Lajos Éremtár és vallási turisztikai attrakciók közül a Szent Orbán templom, a Ferences Plébánia templom, a Szent Bertalan templom és a Kálvária kápolna. Mátrafüreden látogathatjuk Magyarország legmagasabban fekvő tavát, Sástót, a Palóc néprajzi babakiállítást, a Kozmáry-kilátót és az Oxygen Adrenalin Parkot. Kékestető a Sí-centrumáról, a Tv Tower kilátóról és a túrázási útvonalairól híres. Mátraházán pedig a Naphimnusz Parkot és a Hanák Kolos-kilátóról nyíló panorámát csodálhatjuk.

5.Ábra: A Mátra-Bükk turisztikai térség Bükk vidéki településeinek látogatottsága



Forrás: saját szerkesztés, 2021

A kitöltők közül legtöbben Egerben (165 válasz) jártak már turisztikai céllal, utána Szilvásvárad (161 válasz) és Bélapátfalva (123 válasz) következik a rangsorolásban. Az 5. helyen viszont 96 ponttal 3 település áll holtversenyben, Felsőtárkány, Szarvaskő és Egerszalók.

Eger rengeteg turisztikai attrakcióval rendelkezik. Egészségturisztikai termékei az Egri Termálfürdő és Török Fürdő. Kulturális örökségei teljesség igénye nélkül; az Egri vár, a Minorita templom, a Bazilika, az Érseki palota Látogatóközpont, a Líceum épülete és a barokk belváros utcái. Múzeumokban is bővelkedik a város, mint a Sportmúzeum, a Beatles Múzeum, a Kopcsik Marcipánia és a Tűzoltó Múzeum. Aktív turizmusban résztvevők kedvelt célpontja az Eged-hegy és több túra útvonal is indul Egerből. Bortermelésének központjai a Szépasszony völgy, a Kőporos, a Bolyki-völgy és a Szalparti pincesor.

Szilvásváradon található a Szalajka völgyben a Fátyol vízesés, a Szikla-forrás és az Istállós-kői-barlang, valamint a Gloriett-tisztás. Itt van a központja a lipicai lófajta tenyésztésének, amihez kapcsolódóan a turisták megtekinthetik a Ménesbirtokot, a Hajtókocsi Múzeumot és a Lipicai ménistálló és ló-történeti kiállítást. Az ide látogatók kisvasúttal is ki tudnak jutni a Szalajka-völgybe a Szilvásvárad Állami Erdei Vasúttal. Bélapátfalva Fő látványossága a Ciszterci Apátság a Bélkő tanösvénnyel és a hegy lábánál lévő Lak-völgyi tó.

Miskolc a negyedik helyen áll 100 válasz alapján pedig turisztikai attrakciókban bővelkedik, mint Miskolctapolca a csónakázó tavával, a kaland-túraparkkal (Avalon Szórakoztató és Élmenyparkkal) a Barlangfürdővel és a Sziklakápolnával. Másik kedvelt célpontja Lillafüred, ahol megtekinthetik a Palotaszállót, a Lillafüredi Függekertet és Vízesést, valamint a Szent István cseppkőbarlangot és Anna mésztufa barlangot.

Felsőtárkány (96) több Bükki túrának is kiindulópontja. Három lovas-tanya, a Nyugati Kapu Oktató és Látogatóközpont, a Felsőtárkányi Állami Erdei Vasút a tó mellett kínálja szolgáltatását a faluban. Szarvaskő vonzerői közé tartozik a Vodafone-kilátó, az Öko-Park Panzió-Kemping, a Szarvaskői Várrom és az Országos Kéktúra útvonalán helyezkedik el. Egerszalókon pedig felkereshetjük a Sáfránykertet a tavával, a Barlangházakat, ami a környékre jellemző régi terményraktár vagy lakóhely építési forma és az Egerszalóki sódombot, aminek gyógyhatásai miatt sokan látogatják a települést.

6. Összegzés és javaslatok

A kutatásom során gyűjtött adatok alapján az első hipotézisem nem igazolódott, mivel a kérdőívet kitöltők körében inkább a nagyvárosban vagy fővárosban lakók választották azt, hogy ökoturizmusban vesznek részt. A hipotézisemet a kutatás megcáfolta, mivel ha a település típusonkénti „Összesen”-ek és az Ökoturizmust választók számát százalékosan megvizsgáljuk a fővárosban és nagyvárosban lakók nagyobb százalékban választják a zöldszturizmust, mint a kisvárosban vagy községben élők. A fővárosiak 75%-ban, a nagyvárosban élők 76%-ban választják az Ökoturisztikai programot, míg a kisvárosban élő válaszadók 69,5%-a, a községben lakók közül pedig 73,6%-uk dönt a fenntartható turizmus mellett.

Kutatási adataim alapján a második hipotézisem nem igazolódott, így elutasításra kerül, mivel a válaszadók 79%-a csökkenésről számolt be, míg 15%-uk ugyanannyiszor, 6%-uk pedig többször vett részt Ökoturizmusban.

A harmadik hipotézisem elfogadható és igaznak mondható, mivel a legnagyobb csökkenést százalékos változást tekintve a lovas turizmus területén tapasztalhatunk (66,6%-os csökkenés), míg a természetjáró turizmusban a csökkenés mértéke 27,3% és a legkisebb különbség ebben a csökkenő tendenciában realizálódik.

Az adatok alapján azt a következtetést vonom le, hogy négyes számú hipotézisem, aminek az-az állítása, hogy „utazási cél kiválasztásának szempontjából a turisták fontosabbnak tartják a szálláshelyek minőségét, számát és árát, mint a vendéglátóegységeket” igazolást nyert és elfogadható.

Jelen esetben a hipotézisem beigazolódott, mivel a megjelölt Mátra vidéki települések 64,8%-át teszi ki a Bükki adatoknak. A kitöltők összesen 950 jelölést adtak a Mátra vidéki településeknek. A bükki településekre összesen 1465 jelölés érkezett.

Kutatásom alapján a kérdőívet kiöltők körében népszerűbbek az Ökoturisztikai termékek, mint más turizmusfajtába tartozóak, viszont a környezettudatos vállalkozásokat, szálláshelyeket és vendéglátó egységeket nem részesítik előnyben. Ennek valószínűleg az az oka, hogy Magyarországon még az ilyen típusú turizmusban résztvevő szereplők nincsenek elterjedve, vagy nincs olyan mértékű marketingtevékenységük, amivel ismeretséget szerezhetnének az alternatív turizmust választók körében. Véleményem szerint ezt a problémát úgy lehetne orvosolni, hogy létrehozunk egy tematikusan ökoturisztikai bemutatással foglalkozó honlapot, ahol bemutatjuk Magyarország Zöldszturisztikai vállalkozásait, külön rendszerezve őket a turisztikai térségek és megyék szerint is.

Irodalomjegyzék

- Árva László—Deli-Gray Zsuzsanna (2010): New types of tourism and tourism marketing in the post-industrial world. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 4 (5-6), pp. 41-45.
- Árva László—Sipos Zoltán (2019): „Adalékok a posztmodern turizmusmarketing értelmezéséhez - Az élmény és az egyediség jelentősége”, *Marketing & Menedzsment*, 45 (3), pp. 32-40.
- Árva László—Várhelyi Tamás (2020): Elmozdulás a minőségi turizmus felé Polgári Szemle, 16. évf. 1–3. szám, 2020, pp. 94–114.,
- Lengyel Márton (1986): A turizmus állandó és új tényezői, valamint motivációi *Idegenforgalmi Közlemények*, 1986. 3. szám
- Szlávik János (2010): Útikalauz a klímabarát turizmushoz, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Környezetgazdaságtan Tanszék, pp. 4-6.
- World Tourism Organisation (1998): A fenntartható turizmus fejlesztése, Irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek, magyar kiadás – Geomédia Szakkönyvek, Piac és Elemzés, Budapest 2000, pp. 21