

Duna-kavics

A Dunaújvárosi Egyetem online folyóirata 2025. XIII. évfolyam VIII. szám

Műszaki-, Informatikai és Társadalomtudományok



CSATLÓS BENCE GERGŐ-KOVÁCS TAMÁS
A hosszútávú, fenntartható fagondozás gazdasági-, és környezetvédelmi előnyeinek vizsgálata

KÖSZEGI DÓRA GRÉTA-KOVÁCS SZILVIA
Magyar-kínai energiakapcsolatok 3. rész

LESTYÁN LÍVIA-KÖKUTI TAMÁS
A vállalati társadalmi felelősségvállalás szerepe... 3. rész

VERES VIKTÓRIA-SZAKÁCS ISTVÁN JÓZSEF
A tori bridalwear és a menyasszonyi ruhák vizuális kommunikációja 3. rész



Dunakavics

A Dunaújvárosi Egyetem online folyóirata 2025. XIII. évfolyam VIII. szám

Műszaki-, Informatikai és Társadalomtudományok

MEGJELENIK ÉVENTE 12 ALKALOMMAL

SZERKESZTŐBIZOTTSÁG

András István, Bacsa-Bán Anetta, Balázs László, Kovács-Bokor Éva,
Nagy Bálint, Németh István, Rajcsányi-Molnár Mónika.

Felelős szerkesztő: Németh István

Szerkesztők: Falus Orsolya, Halmai Nóra, Kőkuti Tamás, Varga Anita

Tördelés: Duma Attila

Szerkesztőség és a kiadó címe: 2400 Dunaújváros, Táncsics M. u. 1/a.

Kiadja DUE Press, a Dunaújvárosi Egyetem kiadója

Felelős kiadó Dr. habil András István, rektor

<http://dunakavics.uniduna.hu/>

ISSN 2064-5007

Tartalom

CSATLÓS BENCE GERGŐ-KOVÁCS TAMÁS

*A hosszútávú, fenntartható fagondozás gazdasági-, és
környezetvédelmi előnyeinek vizsgálata*

5

KÖSZEGI DÓRA GRÉTA-KOVÁCS SZILVIA

Magyar-kínai energiakapcsolatok 3. rész

19

LESTYÁN LÍVIA-KÖKUTI TAMÁS

*A vállalati társadalmi felelősségvállalás szerepe
a munkavállalói elköteleződésben 3. rész*

29

VERES VIKTÓRIA-SZAKÁCS ISTVÁN JÓZSEF

A tori bridalwear és a menyasszonyi ruhák vizuális kommunikációja 3. rész

57

Galéria (Németh István Péter fotói)

70



A hosszútávú, fenntartható fagondozás gazdasági-, és környezetvédelmi előnyeinek vizsgálata

Összefoglalás: A fenntartható fagondozás-, és erdőgazdálkodás témája napjainkban kiemelten fontos, hiszen a globális éghajlatváltozás, a természeti erőforrások kimerülése, valamint a zöldfelületek csökkenése egyre sürgetőbbé teszi a felelős gazdálkodási-, és környezetvédelmi megközelítések elterjedését. A publikáció célja, hogy átfogó képet adjon a hosszútávú, fenntartható fagondozás gazdasági-, és környezeti megközelítéséről, különös hangsúlyt fektetve a modern technológiai eszközök – elsősorban a Fakopp 3D akusztikus tomográf – gyakorlati alkalmazására, valamint a lakossági hulladékkezelési attitűdök vizsgálatára.

A cikk első részében áttekintjük a fenntartható fagondozás elméleti és jogi alapjait, bemutatjuk a kapcsolódó nemzetközi és hazai szakirodalmat, valamint a releváns szabályozási környezetet. A szakmai fejezetben részletesen ismertetjük a Fakopp 3D technológia működését és előnyeit, illetve saját, kertészeti és faápolási tapasztalatainkon alapuló megfigyeléseket osztunk meg. A kutatásunk empirikus részét egy online kérdőíves felmérés adja, melynek célja a fa kivágása és a kertészeti munkálatok során keletkező hulladék újra-hasznosításával kapcsolatos lakossági attitűdök és gyakorlati szokások feltérképezése volt. A kérdőívre 113 válasz érkezett, melyek alapján részletes statisztikai elemzést készítettünk. Az eredmények rávilágítanak arra, hogy a környezeti tudatosság viszonylag magas, ugyanakkor az információhiány és az infrastrukturális akadályok jelentős gátat jelentenek a fenntartható hulladékkezelés szélesebb körű elterjedésének.

A publikáció végén összegeztük a legfontosabb tanulságokat, gazdasági elemzést végzünk, valamint javaslatokat fogalmazunk meg a fenntartható fagondozási és hulladékhasznosítási gyakorlatok továbbfejlesztésére, különös tekintettel a helyi közösségek és önkormányzatok szerepére.

Kulcsszavak: Fenntartható fagondozás, globális éghajlatváltozás, Fakopp 3D technológia, hulladék.

* Gábor Dénes Egyetem, egyetemi hallgató
Email: ccsbenceg@gmail.com

** Gábor Dénes Egyetem, egyetemi docens
Email: drkovacst@nymu.hu
ORCID: 0009-0000-6826-1539

[1]Bondor A. (1980):
*Erdőtelepítés, erdőfel-
újítás.* Budapest: Mező-
gazdasági Kiadó.

Abstract: The topic of sustainable tree care and forestry management has become particularly important nowadays, as global climate change, depletion of natural resources, and the reduction of green spaces urge the widespread adoption of responsible management and environmental protection practices. The aim of this thesis is to provide a comprehensive overview of the economic and environmental aspects of sustainable tree care, with special emphasis on the practical application of modern technological tools – primarily the Fakopp 3D acoustic tomograph – and the analysis of public attitudes towards waste management.

The first part of the thesis reviews the theoretical and legal foundations of sustainable tree care, introduces relevant international and domestic literature, and summarizes the regulatory environment. The practical chapter provides a detailed description of the operation and benefits of the Fakopp 3D technology and shares observations based on my own experience in horticulture and arboriculture.

The empirical part of the research consists of an online questionnaire survey, aimed at mapping public attitudes and practical habits regarding the recycling of waste generated during tree cutting and gardening activities. The survey received 113 responses, which were analyzed with statistical methods. The results show that while environmental awareness is relatively high, lack of information and infrastructural obstacles pose significant barriers to the broader adoption of sustainable waste management practices.

In the conclusion, We summarize the main findings, provide an economic analysis, and formulate recommendations for further development of sustainable tree care and waste utilization practices, with particular attention to the role of local communities and municipalities.

Keywords: Sustainable tree care, global climate change, Fakopp 3D technology, recycling of waste.

Bevezetés

A fenntartható fejlődés gondolata az elmúlt évtizedekben központi szerepet kapott a környezetgazdálkodásban és a zöldfelületek kezelésében. A városi környezetben – különösen Magyarországon – egyre nagyobb figyelmet kapnak a fasorok, a parkfák és az egyéb díszfák állapota, megőrzése, valamint az ezekkel

kapcsolatos gondozási, ápolási és kivágási döntések. Ezzel párhuzamosan folyamatosan nő a társadalmi igény a zöldfelületek védelmére, ugyanakkor a lakossági és önkormányzati szereplők számára is egyre komplexebb kihívást jelent a fenntarthatóság, a gazdasági racionalitás és a jogi-szabályozási elvárások összehangolása.[1] Az utóbbi években egyértelművé vált, hogy a faállomány megőrzése nem kizárólag esztétikai, vagy környezetvédelmi kérdés, hanem komoly gazdasági, társadalmi és egészségügyi jelentőséggel is bír. A klímaváltozás, a szélsőséges időjárási események, valamint a városi hősziget-hatás mind olyan tényezők, amelyek tovább erősítik a jól megtervezett, tudatos fagondozás szükségességét.

A fenntartható fagondozás napjainkban számos új kihívással néz szembe. Egyrészt megjelentek a korszerű műszeres diagnosztikai eszközök – például a Fakopp 3D akusztikus tomográf –, amelyek lehetővé teszik a fák állapotának objektív felmérését, a beavatkozások szakmai megalapozását és a fakivágási döntések átláthatóbbá tételét. Másrészt mind a faápolási, mind a hulladékkezelési gyakorlatokban egyre nagyobb szerepet kap a kőrforgásos gazdaság, vagyis a levágott faanyag és zöldhulladék újrahasznosítása.[2]

Publikációnk célja, hogy komplex módon vizsgálja a fenntartható fagondozás elméleti, jogi, gazdasági és gyakorlati aspektusait, valamint hogy a korszerű műszaki megoldások (különösen a Fakopp 3D technológia) bemutatásával, illetve a lakossági hulladékkezelési attitűdök feltérképezésével hozzájáruljon a felelősebb döntéshozatalhoz mind a szakmai, mind a laikus szereplők részéről.

A vizsgálat során választ kerestünk többek között az alábbi kérdésekre:

- Hogyan befolyásolja a jogi és szabályozási környezet a fenntartható fagondozási gyakorlatokat Magyarországon?
- Milyen lehetőségek és korlátok rejlenek a modern diagnosztikai eszközök (például a Fakopp 3D) alkalmazásában?
- Mennyire jellemző a lakossági környezetben a zöldhulladék újra-hasznosítása, és milyen akadályai vannak a környezettudatos magatartás elterjedésének?

Bízunk benne, hogy publikációnk hozzájárul ahhoz, hogy a fenntartható fagondozás és hulladékkezelés a jövőben szélesebb körben, tudatosabban és hatékonyabban valósuljon meg Magyarországon.

[1]Bondor A. (1980): *Erdőtelepítés, erdőfelújítás*. Budapest: Mezőgazdasági Kiadó.

[2]European Commission (2020): *The European Green Deal*. Elérhető: <https://ec.europa.eu/greendeal> [Letöltve: 2025. 04. 08.]

Mit vizsgáltunk? – A publikáció célja és jelentősége

A publikáció központi témája a hosszútávú, fenntartható fagondozás gazdasági és környezetvédelmi előnyeinek feltárása, amely napjainkban különösen aktuális kérdés a klímaváltozás, a városiasodás, valamint a hazai és nemzetközi zöldterületek folyamatos csökkenése miatt. Úgy gondoljuk, hogy a faállomány gondozása, a városi és vidéki zöldfelületek megőrzése, illetve a keletkező hulladék felelős kezelése nem csupán ökológiai vagy esztétikai kérdés, hanem hosszabb távon komoly gazdasági és társadalmi hatással is bír.

Magyarországon egyre hangsúlyosabbá válik a környezettudatos gondolkodás, ugyanakkor a gyakorlatban sokszor nehézséget jelent az, hogy a fenntartható megoldásokat valóban beépítsék a hétköznapi döntéshozatalba – akár önkormányzati, akár lakossági szinten. A városokban gyakran tapasztalható, hogy egy-egy fásor, vagy parkfenntartási döntés nem tudatos tervezés eredménye, hanem ad hoc megoldások, költségsökkentési kényszerek vagy éppen információhiány alakítja.

Írásunk célja, hogy tudományos igénnyel, de gyakorlati fókuszban vizsgálja meg, hogy milyen tényezők befolyásolják a fenntartható faápolási gyakorlatok elterjedését, és ezeknek milyen konkrét, mérhető gazdasági és környezetvédelmi hozadéka van.

Fontosnak tartottuk, hogy a kutatás ne csak elméleti szinten maradjon, hanem a magyarországi gyakorlatból is merítsen példákat, ezért a szakirodalmi áttekintésen túl saját empirikus vizsgálatot is végeztünk, amelyben mind a lakosság, mind a szakmai szereplők (pl. kerttulajdonosok, kertészeti vállalkozások, önkormányzati dolgozók) tapasztalatait, motivációit és akadályait térképeztük fel.

Az utóbbi években jelentős változások indultak el a fenntartható faápolási és zöldhulladék-kezelési szemléletben. Egyre több helyen jelennek meg korszerű műszeres diagnosztikai eszközök – például a Fakopp 3D akusztikus tomográf –, amelyek lehetővé teszik, hogy a döntéshozók ne csak vizuális benyomások vagy rutin alapján, hanem objektív adatok birtokában döntsenek egy-egy faállomány sorsáról. Ezek a modern technológiák hozzájárulnak ahhoz is, hogy elkerülhetőek legyenek a felesleges kivágások, vagy éppen időben azonosíthatók legyenek a veszélyes vagy beteg egyedek.

A publikációban külön figyelmet fordítottunk arra, hogy ne csak a technológiai fejlődés oldalát vizsgáljuk, hanem azt is, hogy a társadalmi attitűdök, a lakossági tudatosság és az infrastruktúra fejlettsége milyen mértékben befolyásolja a fenntarthatóságot. Különösen érdekesnek találtuk, hogy a lakossági szereplők mennyire nyitottak a környezettudatos hulladékhasznosítási megoldások (pl. komposztálás, aprítás, biomassza-felhasználás) iránt, illetve milyen akadályokat látnak az ilyen gyakorlatok elterjedésében.

A kutatás gyakorlati jelentőségét az adja, hogy az önkormányzatok, városüzemeltetők, de akár magánszemélyek számára is segítséget, útmutatót jelenthet abban, hogyan lehet egyszerre gazdaságosabb és környezetbarátabb módon fenntartani a zöldfelületeket. A hosszútávú fenntarthatóság szempontjából kulcskérdés, hogy sikerül-e elterjeszteni a korszerű diagnosztikai eszközök használatát, hogy legyen elég

támogatás az eszközbeszerzéshez, képzéshez, vagy akár a közös komposztáló- és hulladékkezelő rendszerek kialakításához.

A publikációban igyekeztünk feltérképezni azokat a főbb trendeket, lehetőségeket és buktatókat, amelyek a magyar faápolási gyakorlatban megjelennek. Kitértünk arra is, hogy a jogi és szabályozási környezet mennyire támogatja, vagy éppen akadályozza a modern, fenntartható megoldások bevezetését. Részletesen elemeztük, hogy a lakossági tudatosság növekedése önmagában nem elegendő – szükség van infrastrukturális fejlesztésekre, jól szervezett közösségi programokra és az önkormányzati, állami támogatások kiszámítható működésére is.

Összességében a publikáció nem csak egy elméleti áttekintés kívánt lenni, hanem egy olyan gyakorlati útmutató és helyzetelemzés, amely bemutatja a hosszútávú fenntartható fagondozás reális lehetőségeit és kihívásait a mai magyar valóságban.

Reméljük, hogy a kutatás eredményei hozzájárulnak a zöldfelületek tudatosabb kezeléséhez, a fenntarthatóbb döntéshozatalhoz, és hogy a jövőben a helyi közösségek, önkormányzatok, szakemberek és magánszemélyek együttműködése révén a magyarországi fasorok, parkok és zöldterületek hosszútávon is egészségesek, élhetőek és gazdaságilag fenntarthatóak maradnak.

Elméleti háttér, szakirodalmi és jogi áttekintés

A fenntartható fejlődés és környezettudatos gazdálkodás mára meghatározó eleme lett a városi és vidéki zöldfelületek kezelésének. A fák nem csupán esztétikai értéket hordoznak, hanem számos ökológiai, gazdasági és társadalmi funkciót is betöltenek: hozzájárulnak a levegőtisztasághoz, csökkentik a hősziget-hatást, támogatják a biodiverzitást, árnyékot és élőhelyet biztosítanak, valamint fontos szerepet játszanak a városi klíma szabályozásában.

A globális éghajlatváltozás, a városi népességnövekedés és a zöldterületek zsugorodása miatt egyre hangsúlyosabbá válik a fák megőrzése, egészségi állapotuk javítása, valamint a fenntartható, hosszú távon is működő fagondozási stratégiák alkalmazása. Magyarországon – ahogy világszerte – nő az igény az okos, adatvezérelt, ökológiai szempontból is előnyös megoldások iránt.[3]

[3] FAKOPP Enterprise Bt. (2023): *Fakopp 3D Akusztikus Tomográf Kezelési útmutató*, v6. 2.3. Elérhető: <https://files.fakopp.com/uploads/manuals/FAKOPP3Dhuv6.2.3.pdf> [Letöltve: 2025. 03. 21.]

A fenntarthatóság pillérei a fagondozásban

A fenntartható fagondozás alapját a környezeti, gazdasági és társadalmi szempontok egyensúlya adja:

- *Környezeti pillér:* A fák egészségének, életkorának, biodiverzitást támogató szerepének megőrzése. Ide tartozik a talaj, vízháztartás, helyi klíma védelme, illetve az invazív fajok visszaszorítása is.
- *Gazdasági pillér:* A fenntartási költségek optimalizálása, az értékes faanyag hasznosítása, valamint a zöld-hulladék gazdaságos kezelése. Modern technológiák alkalmazása segíti a pontosabb, költséghatékonyabb döntéshozatalt.
- *Társadalmi pillér:* A lakosság életminőségének javítása, a közösségi terek fejlesztése, a lakosság bevonása a zöldfelületek védelmébe. A szemléletformálás kulcsfontosságú, hiszen a társadalmi támogatás nélkül a fenntartható gyakorlatok kevésbé hatékonyak.

A fajok gazdasági értéke

1. táblázat. A fajok gazdasági értéke

Faj	Átlagos kitermelési ár (Ft/m³)	Gazdasági jelentőség (1-5)	Felhasználás főbb területei
Tölgy	23000	5	Bútoripar, építőipar
Bükk	21000	5	Bútoripar, papírgyártás
Fenyő	18000	4	Építőipar, papírgyártás
Akác	17000	4	Energiaipar, mezőgazdaság
Nyár	15000	3	Papírgyártás, csomagolás
Cser	19000	3	Energiaipar, bútortipar
Egyéb lombos	16000	2	Energiaipar, csomagolás

forrás: saját szerkesztés a Gazdasági Versenyhivatal (2022) és a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Erdészeti Tudományos Közlemények (2020) adatai alapján.

Az 1. táblázat azt mutatja, hogy a fajok gazdasági jelentősége eltérő, és ezt nemcsak az átlagos kitermelési ár, hanem a felhasználási területek sokszínűsége is befolyásolja. Mint az alábbi táblázatból látható, a tölgy és a bükk a legmagasabb gazdasági értékű fajok közé tartoznak, mind ár, mind felhasználási lehe-

tőségek szempontjából. Az akác és a fenyő ugyan kevésbé értékesek, viszont szerepük az energiaiparban, illetve a mezőgazdaságban jelentős. A gazdasági jelentőség egyúttal azt is mutatja, hogy mely fafajok esetében érdemes különösen odafigyelni a fenntartható gazdálkodásra, illetve a zöldhulladék megfelelő hasznosítására.

Az utóbbi évtizedekben a faállományok állapotának felmérésére számos modern műszeres vizsgálati módszer jelent meg. Ezek közül kiemelkedik a *Fakopp 3D akusztikus tomográf*, amely nem invazív módon, a faanyag szerkezetének roncsolása nélkül képes feltárni a belső üregeket, korhadásokat és egyéb károsodásokat. A műszeres diagnosztika lehetővé teszi a kockázatos egyedek pontosabb azonosítását, így elkerülhetővé válnak a felesleges fakivágások, illetve időben felismerhetővé a beavatkozást igénylő problémák.[4]

Egyre több önkormányzat és kertészeti vállalkozás alkalmaz digitális fanyilvántartó rendszereket, távérzékelést, drónos felmérést vagy GPS-alapú térképezést a zöldterületek fenntartásához. A digitális adatgyűjtés alapja lehet a hosszútávú, fenntartható városi zöldstratégiáknak.

Jogi és egyéb szabályozási környezet Magyarországon

A fenntartható fagondozás egyik alapvető feltétele a világos, egyértelmű szabályozási háttér. Magyarországon a fasorok, parkfák, valamint a belterületi fás szárú növények kezelésére több jogszabály vonatkozik:

- **A természet védelméről szóló 1996. évi LIII. törvény:** Meghatározza a védett természeti területek, egyedi fák, fasorok védelmét, a kivágás engedélyezésének feltételeit, valamint a pótlási kötelezettséget.
- **A településkép védelméről szóló 2016. évi LXXIV. törvény:** Szabályozza a városi zöldfelületek, közterületi fák telepítését, kivágását és pótlását.
- **Az erdőről, az erdő védelméről és az erdőgazdálkodásról szóló 2009. évi XXXVII. törvény:** Főként az erdők kezelésére, fenntartására, fakitermelésre vonatkozó előírásokat tartalmazza.
- **A hulladékgazdálkodásról szóló 2012. évi CLXXXV. törvény:** Meghatározza a zöldhulladék kezelésének, gyűjtésének és ártalmatlanításának szabályait, elősegítve a környezetkímélő hasznosítási módokat.

A szabályozás gyakorlati alkalmazása során gyakran nehézséget jelent a különböző szintek (állami, önkormányzati, egyéni) közötti együttműködés, valamint az információáramlás hiányossága.[5]

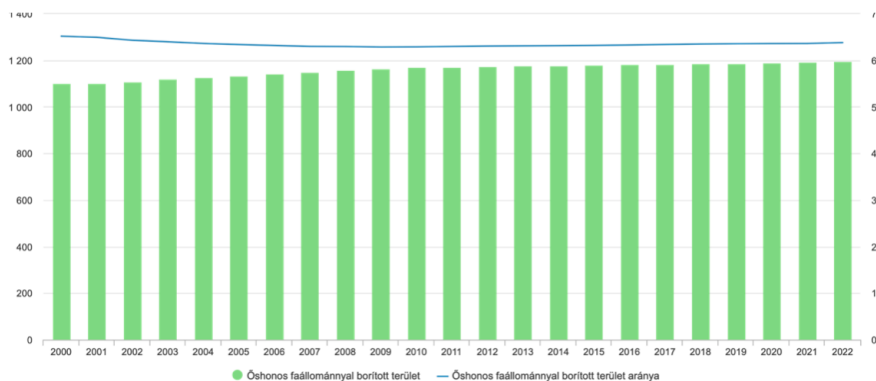
[4] FAO (2019): Global Forest Resources Assessment 2020: *Main report*. Rome.

[5] FAO (2022): *Digital Innovation in Forestry*. Elérhető: <https://www.fao.org/digital-forestry> [Letöltve: 2025. 04. 03.]

[6] Forest Technology Systems (2021): *IoT Solutions for Smart Forestry Management*. Elérhető: <https://ftsinc.com/iot-smart-forestry> [Letöltve: 2025. 04. 07].

Az Európai Unió tagállamaiban is kiemelt cél a városi zöldfelületek megőrzése, az ökoszisztéma-szolgáltatások védelme, valamint a lakosság környezettudatosságának növelése. Számos európai nagyvárosban külön stratégiák készülnek a faállományok hosszútávú fenntartására, a zöldhulladék kezelésére, illetve a helyi közösségek bevonására. A jogszabályok egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek az adatalapú tervezésre, a monitoringra és a lakossági edukációra is.[6]

1. ábra. Őshonos fajok állománya



1. forrás: Nemzeti Földügyi Központ, Erdészeti Főosztály

Az országos szintű erdőállomány változását mutatja be a 1. ábra, amelyből egyértelműen látható, hogy az őshonos fajokkal borított terület az elmúlt évtizedekben viszonylag stabil maradt. Ugyanakkor a fajösszetétel és a területi arányok apró elmozdulásai rámutatnak arra, mennyire fontos a folyamatos monitorozás és a fenntartható kezelési gyakorlatok alkalmazása. A hosszútávú területstabilitás azt jelzi, hogy a jelenlegi erdőgazdálkodási rendszer fenntartja az őshonos fajok szerepét, azonban a klímaváltozás és a növekvő igények miatt további odafigyelés szükséges.

Saját vizsgálatok bemutatása

A publikáció empirikus vizsgálatának középpontjában annak feltárása állt, hogy a lakosság milyen attitűdökkel és ismeretekkel rendelkezik a fakivágásból, illetve egyéb kertészeti tevékenységekből származó zöldhulladék újrahasznosításáról, valamint mennyire jellemző körükben a fenntartható fagondozás korszerű módszereinek ismerete és alkalmazása. E kérdéskör jelentőségét napjainkban a fenntarthatóság társadalmi igényének erősödése, valamint a városi és vidéki zöldterületek iránti egyre növekvő figyelem indokolja. Gyakorlati tapasztalatok is azt mutatják, hogy mind több önkormányzat, társasház vagy magánszemély szembesül a faállomány fenntartásának, a veszélyes vagy beteg egyedek kezelésének és az ezzel együtt járó zöldhulladék sorsának kérdéseivel.

A fenntartható megközelítés az ilyen döntések során nemcsak ökológiai vagy esztétikai szempontokat, hanem gazdasági és társadalmi tényezőket is figyelembe kíván venni. Fontos szempont, hogy egy-egy kivágás vagy visszavágás során a keletkező faanyagot ne egyszerűen hulladékként kezeljék, hanem lehetőség szerint helyben vagy közösségi szinten hasznosítsák újra. Ezzel párhuzamosan egyre gyakrabban vetődik fel az igény arra is, hogy a kivágási, faápolási döntéseket lehetőség szerint szakmailag megalapozott, objektív vizsgálatok előzzék meg, amelyek segítségével elkerülhetővé válik a felesleges beavatkozás, ugyanakkor időben felismerhető a valóban veszélyessé vált, eltávolításra szoruló fa.[7]

A kutatás gyakorlati megvalósítása során egy online kérdőív alkalmazására esett a választásunk, amelyet 2024 tavaszán terjesztettünk, elsősorban olyan magánszemélyek, kerttulajdonosok, kertészeti vállalkozások körében, akik napi szinten találkoznak faápolási és zöldhulladék-kezelési feladatokkal, vagy érdeklődnek a fenntartható gazdálkodás témaköre iránt. Az online kérdőív módszere lehetővé tette, hogy gyorsan és széles körből, földrajzi korlátok nélkül gyűjtsünk releváns adatokat, miközben a válaszadás teljesen önkéntes és anonim maradt, ami növelte a kitöltők őszinteségét és nyitottságát is. Az összeállított kérdéssor arra törekedett, hogy minél árnyaltabb képet adjon a kitöltők társadalmi háttéréről, életkoráról, iskolai végzettségéről, lakóhelyének jellegéről, továbbá konkrét szokásaikról, tapasztalataikról a fakivágás, faápolás és a keletkező hulladék kezelése kapcsán.

A kérdések kiterjedtek arra is, hogy a résztvevők milyen indokkal szoktak fát vágni (például egészségügyi, balesetvédelmi ok, településrendezési igény, esztétikai

[7] Gazdasági Versenyhivatal (2022): *A fa építőanyagok piacának gyorsított ágazati vizsgálata – Végleges jelentés*. Elérhető: https://gvh.hu/pfile/file?inline=true&path=/dontesek/agazati_uvizsgalatok_piacelemzesek/agazati_vizsgalatok/Fa_epitoanyagok_gyorsított_agazati_vizsgalat_vegleges_jelentes_220112.pdf [Letöltve: 2025. 04. 10.]

vagy árnyékolási probléma), valamint milyen konkrét megoldásokat alkalmaznak a keletkező faanyag, gallyak és zöldhulladék kezelésére. Külön hangsúlyt kapott a fenntartható és környezettudatos megoldások, mint például a helyi komposztálás, mulcsozás, biomassa-hasznosítás vagy az apríték-előállítás ismertsége és alkalmazása, illetve annak feltérképezése, hogy milyen akadályokat észlelnek ezek elterjedése előtt, legyen szó anyagi, szervezési vagy tudásbeli korlátokról.

3. táblázat. Az egyes tényezők kapcsolat erősségének vizsgálata

Vizsgált kapcsolat	Spearman korrelációs együttható	p-érték
Kert mérete vs. hulladék hasznosítás fontossága	0.030393664436693463	0.749293853157831
Szemponatok száma vs. hulladék hasznosítás fontossága	-0.08113709607814501	0.392928228744213 5

forrás: saját készítésű ábra az elvégzett korrelációs vizsgálatok alapján

A kérdőíves vizsgálat egyik célja volt feltárni azt, hogy milyen összefüggés mutatható ki a kert mérete, illetve a hulladékhasznosítás fontossága, vagy a megfontolt szempontok száma és a hulladékhasznosítás fontossága között. Ahogy a 3. ábrán is látszik a Spearman-féle korrelációs vizsgálat eredményei azt mutatják, hogy egyik vizsgált tényező sem mutatott szignifikáns összefüggést a hulladékhasznosítás fontosságával. Ennek alapján kijelenthető, hogy nem önmagában a birtok mérete, vagy a vizsgált szempontok száma határozza meg a környezettudatos viselkedést, hanem sokkal inkább a szemlélet, a közösségi támogatás és az információ elérhetősége.

A publikáció kitért arra is, hogy a mennyire elterjedtek és hogyan működnek a műszeres faállapot-diagnosztikai technológiák, köztük a Fakopp 3D akusztikus tomográf, melynek célja a fák belső szerkezeti állapotának roncsolásmentes, objektív vizsgálata. Vizsgáltuk, hogy tapasztalataik szerint ezek az eszközök mennyire elérhetőek a mindennapi gyakorlatban, mennyire tartják hasznosnak vagy épp indokolatlannak az ilyen típusú vizsgálatokat, illetve hogy milyen tényezők akadályozzák szélesebb körű elterjedésüket, például a magas költség, a szakemberhiány vagy az információhiány.

A kérdőívet összesen 113-an töltötték ki, ami lehetővé tette a statisztikai adatelemzést. A válaszadók többsége Budapest, vagy Pest megyei lakos volt. Az adatgyűjtés eredményeit Excel és Google Forms statisztikai eszközeivel dolgoztuk fel, ami lehetőséget adott nemcsak a számszerű megoszlások, hanem az összefüggések, tendenciák és tipikus problémakörök azonosítására is.

Az elemzés során különösen fontosnak tartottuk a lakossági szokások és attitűdök mellett az akadályok és lehetőségek feltérképezését is, vagyis hogy milyen tényezők segítik vagy hátráltatják a fenntartható megoldások gyakorlati alkalmazását. Az így feltárt mintázatok, összefüggések jelentős mértékben hozzájárultak ahhoz, hogy a publikáció gyakorlati javaslatai, gazdasági elemzései és fejlesztési irányai megalapozottak legyenek. Az empirikus vizsgálat tanulságai jól illeszkednek a szakirodalomban és a nemzetközi példákban is megjelenő tapasztalatokhoz, reményeink szerint a későbbiekben más kutatók vagy gyakorlati szakemberek számára is hasznos kiindulópontot adhatnak a fenntartható fagondozás és hulladékgazdálkodás témájában.

Az adatgyűjtést követően a válaszok elemzése során számos érdekes összefüggés és tipikus probléma is felszínre került. A minta összetétele alapján jól látható, hogy a válaszadók között jelentős arányban voltak olyanok, akik már találkoztak valamilyen formában zöldhulladék-kezeléssel vagy faápolási döntésekkel, de a korszerű, fenntartható gyakorlatok tényleges elterjedése még mindig komoly akadályokba ütközik. A megkérdezettek többsége fontosnak tartja a helyben történő újrahasznosítást, a komposztálást, vagy mulcsozás lehetőségét, ugyanakkor ezek alkalmazása sok esetben elmarad, főleg a megfelelő eszközök hiánya, illetve a támogatási vagy szervezési lehetőségek korlátozottsága miatt. A szakmai technológiák – mint például a Fakopp 3D tomográf – ismerete még mindig viszonylag alacsony a lakosság körében, és gyakran a költségek, szakemberhiány vagy a tájékoztatás hiánya miatt nem is veszik igénybe ezt a módszert.

Az elemzett adatokból kirajzolódott, hogy ahol van lehetőség közösségi eszközhasználatra vagy önkormányzati támogatásra, ott jóval magasabb a helyben történő zöldhulladék-feldolgozás aránya, míg ahol ezek hiányoznak, ott az égetés vagy a hagyományos elszállítás a jellemző. A kérdőív kiterő kérdéseiből az is látszik, hogy a válaszadók többsége nyitott lenne innovatív, korszerű megoldásokra, amennyiben ehhez elegendő információ, anyagi vagy szervezeti támogatás társulna.

A kutatásunk eredményei alapján egyértelműen látható, hogy a fenntartható fagondozási modellek és zöldhulladék-kezelési eljárások elterjedése egyaránt múlik a szemléletformáláson, a helyi jó példák bemutatásán, valamint az elérhető támogatásokon és szolgáltatásokon. Az empirikus vizsgálat alapján érdemes lenne olyan szakmai, illetve lakossági edukációs programokat elindítani, amelyek hozzájárulnak a korszerű, fenntartható gyakorlatok gyakorlati megvalósításához és elfogadtatásához, illetve ösztönzik a közösségi, önkormányzati szerepvállalást a zöldfelületek megőrzése érdekében.

Fakopp 3D akusztikus tomográf alkalmazása és kutatási fókusz

Kutatásunk egyik kiemelt területe volt a Fakopp 3D akusztikus tomográf technológia alkalmazásának vizsgálata a faállományok állapotfelmérésében. Ez a nem-invazív diagnosztikai eszköz lehetővé teszi a fák belső szerkezetének feltérképezését anélkül, hogy fizikai roncsolás történne. A kutatás során arra fókuszáltunk, mennyire terjedt el ez a technológia Magyarországon, hogyan látják a felhasználók (önkormányzatok, szakemberek) előnyeit és hátrányait, illetve milyen akadályai vannak az elterjedésének.

A kutatási feladatok között kiemelt szerepet kapott:

- a műszeres diagnosztika ismertségének és elfogadottságának vizsgálata a szakmai és lakossági körökben,
- a gyakorlati alkalmazás tapasztalatai, előnyei (pl. kevesebb felesleges fakivágás, megalapozott döntés),
- a technológiai és pénzügyi akadályok feltárása,
- valamint a technológia további elterjedésének lehetőségei, feltételei.

A tapasztalatok szerint a Fakopp 3D-t jelenleg főleg nagyobb városi zöldterületek kezelői, illetve komolyabb szakmai háttérrel rendelkező vállalkozások használják. A műszer magas ára, a speciális szakértelem szükségessége, valamint a döntéshozók tájékoztatatlansága jelenleg korlátozza a széles körű elterjedést, ugyanakkor mind a környezeti, mind a gazdasági előnyök alapján indokolt lenne a technológia támogatottabb bevezetése a helyi önkormányzatok és társasházak számára is.

Eredmények, értelmezés, javaslatok

A kutatás során a következő fő feladatokat tűztük ki célul:

Elsődlegesen szeretnénk volna feltérképezni, hogy a fenntartható fagondozás (faápolás, faállapot-felmérés, zöldhulladék-kezelés) **mennyire elterjedt** a magyarországi gyakorlatban, milyen **gazdasági és környezeti előnyei** érzékelhetők helyi és országos szinten, illetve melyek azok a **jogszabályi, technológiai vagy szemléletbeli akadályok**, amelyek gátolják a fenntartható megközelítések szélesebb körű elterjedését.

A kutatás fókuszában a következő kérdések álltak:

- Hogyan alakul a magyarországi lakosság és szakmai szereplők hozzáállása a modern, fenntartható fagondozási eljárásokhoz, különös tekintettel a műszeres diagnosztikára és a hulladék helyben történő hasznosítására?
- Milyen tényezők befolyásolják, hogy egy adott fa kivágásra, visszavágásra vagy ápolásra kerül-e (pl. gazdasági, egészségügyi, közösségi érdekek)?
- Milyen akadályai és lehetőségei vannak a korszerű faállapot-diagnosztika szélesebb körű bevezetésének a közterületeken és magántelkeken?
- Mennyire motivált a lakosság a zöldhulladék környezetbarát kezelésére (pl. komposztálás, mulcsozás), és milyen anyagi, információs vagy szervezési akadályokat érzékelnek?
- Van-e összefüggés a válaszadók demográfiai adatai (életkor, végzettség, lakóhely), a kert mérete vagy a helyi infrastruktúra fejlettsége és a fenntartható gyakorlatok elterjedtsége között?

A kutatási feladatok teljesítése érdekében:

- *Empirikus kutatást* végeztünk, amelynek során egy *online kérdőívvel* gyűjtöttünk adatokat a lakosság, kertészeti vállalkozók, önkormányzati szakemberek köréből.
- Részletesen feltártuk a *lakossági attitűdöket, ismereteket, akadályokat és motivációkat*.
- Külön alfejezetet szenteltünk a *Fakopp 3D akusztikus tomográf* ismertségének, gyakorlati jelentőségének, alkalmazási tapasztalatainak és a bevezetést akadályozó tényezőknek.

- *Statisztikai elemzésekkel* vizsgáltuk a beérkezett adatokat, keresve az összefüggéseket a demográfiai változók és a környezettudatos gyakorlatok között.
- A gyakorlati megvalósítás során kifejezetten törekedtünk arra, hogy *a vizsgált kérdések ne csak elméleti, hanem valóban hasznosítható, helyi szinten is alkalmazható tapasztalatokat eredményezzenek.*

A kutatás újszerűségét az adja, hogy egyszerre vizsgálta a technológiai innovációk (például a műszeres diagnosztika) *elfogadottságát és elterjedtségét*, valamint a társadalmi-gazdasági akadályokat és lehetőségeket a fenntartható faápolásban és zöldhulladék-kezelésben.

A *fenntartható fagondozás-, és hulladékgazdálkodás szerepe* a hazai környezetvédelemben, gazdasági életben és társadalmi felelősségvállalásban napjainkra egyértelműen felértékelődött. A publikációnk eredményei megerősítik, hogy a zöldfelületek tudatos kezelése, a korszerű faállapot-felmérés, illetve a hulladékkezelés legjobb gyakorlatai nem csupán esztétikai vagy ökológiai jelentőséggel bírnak, hanem jelentős gazdasági, közösségi és jogi vonatkozásaik is vannak. Az utóbbi években Magyarországon – különösen a nagyobb városokban, de egyre több vidéki településen is – világossá vált, hogy a helyi zöldfelületek minősége és megőrzése alapvetően meghatározza a lakosság életminőségét, hozzájárul a települések fenntartható fejlődéséhez, sőt, hosszabb távon komoly anyagi előnyökkel is járhat.

A kutatás egyik fontos felismerése, hogy a fenntartható fagondozási módszerek, különösen a műszeres diagnosztikai technológiák alkalmazása, mint például a Fakopp 3D akusztikus tomográf, jelentős gazdasági hatással bírnak. Ezek az eszközök lehetővé teszik a fák állapotának pontosabb, objektív vizsgálatát, amellyel csökkenthetőek a szükségtelen kivágásokból, vagy épp a balesetekből eredő károk és költségek. A tudományosan megalapozott döntéshozatal tehát nemcsak környezetvédelmi, hanem komoly pénzügyi érdek is, mind önkormányzati, mind vállalati, mind lakossági szinten. Az állomány minőségének fenntartása és fejlesztése – amelyhez elengedhetetlen a modern technológia és a szakmai tudás alkalmazása – egyértelműen hosszútávú befektetésként értelmezhető, amely a karbantartási és újratelepítési költségek csökkenése, illetve az egészséges, balesetmentes közterületek fenntartásán keresztül folyamatos megtakarítást eredményez.[8]

Az *elvégzett kérdőíves vizsgálat eredményei* ugyanakkor arra világítanak rá, hogy a lakosság körében viszonylag magas a környezeti tudatosság és elkötelezettség, mégis sokszor a fenntartható gyakorlatok megvalósításának gátját képezi az információhiány, a megfelelő infrastruktúra, illetve az anyagi és szervezési támogatás hiánya.

[8] Herman Ottó Intézet (2017): *Magyarország környezeti állapota 2017*. Elérhető: https://www.hermanottointezet.hu/sites/default/files/MKA_2017.pdf [Letöltve: 2025. 04. 10.]

Sokan ismerik ugyan a helyben hasznosítható zöldhulladék-feldolgozási lehetőségeket, mint a komposztálás, mulcsozás vagy aprítás, azonban a gyakorlati alkalmazás gyakran elmarad a lehetőségektől, leginkább az eszköz-beszerzés költségei, vagy a helyi szolgáltatások hiányosságai miatt.

A válaszadók egyértelműen jelezték, hogy a közösségi komposztálás, az önkormányzati gépparkok bővítése, a pályázati és eszközkölcsonzési lehetőségek elterjesztése ösztönzőleg hatna a fenntartható megoldások elterjedésére. A közös, civil vagy önkormányzati programok jelentős közösségépítő és szemléletformáló hatással bírnak, melyek hosszabb távon nemcsak a környezetvédelmet, hanem a helyi társadalmi kohéziót is erősíthetik.

A jogi és szabályozási háttér vizsgálata során kiderült, hogy bár Magyarországon számos törvény és rendelet szabályozza a zöldfelületek kezelését, a fás szárú növények védelmét, illetve a zöldhulladék kezelését, a gyakorlatban sokszor mégis hiányzik az egységes, közérthető tájékoztatás, valamint a jogszabályok naprakész, következetes alkalmazása. Ez különösen akkor okoz nehézséget, ha egy-egy település vagy közösség nem rendelkezik elegendő szaktudással, vagy nem tudja követni az előírások változásait.

A publikáció gyakorlati tapasztalatai azt mutatják, hogy az egységes és könnyen elérhető online tájékoztatás, a lakossági fórumok, valamint a helyi szakmai szervezetek támogatása sokat javíthatna az átláthatóságon és a jogkövetésen. Az önkormányzatok számára a fenntartható fagondozás és hulladékgazdálkodás egyszerre jelent jogszabályi kötelezettséget és lehetőséget is arra, hogy példamutató, innovatív helyi programokat hozzanak létre, amelyek a helyi közösség életminőségét is javítják.

A vizsgálatok eredményei alapján kijelenthető, hogy a fenntartható fagondozás és hulladékgazdálkodás területén számos pozitív tendencia indult el Magyarországon. Mind több település ismeri fel a zöldterületek és a faállomány megőrzésének jelentőségét, egyre több helyen jelennek meg korszerű diagnosztikai módszerek, és a lakossági aktivitás is növekszik a környezettudatos megoldások terén. Ugyanakkor a fejlődés tempója, az új módszerek elterjedése továbbra is jelentős mértékben függ az anyagi forrásoktól, a szervezeti-infrastrukturális háttértől, valamint attól, hogy mennyire sikerül a lakosságot és a döntéshozókat bevonni a szemléletformálásba, illetve a gyakorlati megvalósításba.

A tapasztalatok alapján a helyi jó példák, civil szervezetek és önkormányzatok együttműködése, az edukáció, valamint az eszközmegosztó programok támogatása a legfontosabb kulcsterületek ahhoz, hogy a fenntarthatóság ne csupán szándék, hanem mindennapi gyakorlat legyen.

A kutatásban részt vevők válaszai azt mutatják, hogy a jövőben mind az állami, mind a helyi szintű támogatási rendszerek, pályázatok és információs kampányok fejlesztése nélkülözhetetlen ahhoz, hogy a korszerű, gazdaságos, környezetbarát fagondozási és hulladékgazdálkodási megoldások széles körben elterjedjenek. Az önkormányzatok számára érdemes lenne kiemelten támogatni a műszeres diagnosztikai eszközök beszerzését és közös használatát, a lakosságot motiválni a helyi komposztálásban, valamint megkönynyíteni a tájékozódást a jogi, szervezési és technológiai lehetőségek között. A helyi civil kezdeményezések, közösségi zöld projektek példát mutathatnak mások számára is, ezért ezek országos szintű megjelenítése, bemutatása is nagy jelentőséggel bír.

Magyar-kínai energiakapcsolatok

3. rész

Összefoglalás: A globális energiaválság és a COVID-időszak felgyorsította a megújuló energiaforrások iránti kereslet növekedését, amelyben mind Magyarország, mind Kína elkötelezett szerepet vállal, bár eltérő gazdasági és technológiai kihívásokkal néz szembe. 2024-ben készült a tanulmány Magyarország és Kína energiakapcsolatainak alakulását vizsgálja a globális energiaválság és a fenntarthatóság egyes szempontjait figyelembe véve. A kutatás célja az energiapiaci változások elemzése és azok hatásainak feltárása a két ország közötti együttműködésekre, különös tekintettel a megújuló energiaforrásokra és az energiafüggetlenségre. Az energiaátalakulásban és a zöld technológiák fejlesztésében rejlő lehetőségek mellett kiemelésre kerülnek az energiabiztonságot érintő geopolitikai és gazdasági kihívások is. PESTEL elemzéssel feltárásra kerül számos politikai és gazdasági szempont hatása az energiaárakra és az energiafüggőség kérdéseire, valamint a két ország közötti együttműködés lehetőségeire vonatkozóan. Továbbá esettanulmány elemzi a két ország energiafelépítését, és gazdasági viszonyát.

Kulcsszavak: Globális energiaválság, energiapiaci változások elemzése, megújuló energiaforrások, geopolitikai és gazdasági kihívások.

Abstract: The global energy crisis and the COVID period have accelerated the growth of demand for renewable energy sources, in which both Hungary and China are committed, although they face different economic and technological challenges. The study, elaborated in 2024, examines the development of energy relations between Hungary and China, taking into account the global energy crisis and certain aspects of sustainability. The aim of the research is to analyze energy market changes and explore their effects on cooperation between the two countries, with particular attention to renewable energy sources and energy independence. In addition to the opportunities inherent in the energy transition and the development of green technologies, geopolitical

* *Dunaiújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet, gazdálkodási és menedzsment BA-hallgató; MVM Services Zrt. munkatársa*
Email: kdori0313@gmail.com

** *Dunaiújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet*
Email: kovacssz@uniduna.hu
ORCID: 0009-0009-1267-3935

and economic challenges affecting energy security are also highlighted. A PESTEL analysis explores the impact of numerous political and economic aspects on energy prices and energy dependency issues, as well as the possibilities for cooperation between the two countries. Furthermore, a case study analyzes the energy structure and economic relations of the two countries.

Keywords: Global energy crisis, analysis of energy market changes, renewable energy sources, geopolitical and economic challenges.

Zöld technológiák és a jövő energiakapcsolatai: Magyarország és Kína szerepe a fenntartható fejlődésben

A zöld technológiák és a zöld gazdaság fogalmai szorosan összefonódnak, céljuk a fenntartható fejlődés elősegítése, valamint a környezeti hatások minimalizálása.

ZÖLD TECHNOLÓGIÁK

A zöld technológiák olyan innovatív megoldásokat jelentenek, amelyek csökkentik a környezetre gyakorolt negatív hatásokat. Ezek közé tartoznak a megújuló energiaforrások energiahatékony rendszere, és a fenntartható mezőgazdaság is.

Az energiahatékony rendszerek olyan technológiák, amelyek kevesebb energiát használnak fel, például LED-világítás vagy az energiatakarékos háztartási gépek. Mint tudjuk, Kínában számtalan háztartási gépet gyártanak, amelyek megkönnyítik egy háztartás életét, de fontos számukra a helytakarékoság a népsűrűség miatt, ugyanakkor sokszor felesleges dolgoknak tűnnek és olykor már túlzásba is esnek vele.

A fenntartható mezőgazdaság olyan módszereket alkalmaz, amik csökkentik a vegyszerek használatát és javítják a talaj minőségét, például ilyen a biogazdálkodás. Magyarországon a biogazdálkodás célja a környezetvédelem és a helyi termelés növelése, miközben a biotermékek iránti kereslet is folyamatosan nő. Míg Kínában a hangsúly inkább a fenntartható élelmiszertermelésen van, amely a népesség növekedésével és az élelmiszerimport csökkentésével kapcsolatos. Mindkét országban a biogazdálkodás fontos szerepet játszik a fenntartható mezőgazdaságban, de a megközelítések és a helyi körülmények eltérőek. Magyarországon a helyi termelés és a biotermékek iránti kereslet növekedése a fő mozgatórugó, míg Kínában a fenntarthatóság és az élelmiszerbiztonság javítása áll a középpontban.

A zöld gazdaság olyan gazdasági modell, amely a környezeti fenntarthatóságra épít. Főbb jellemzői az erőforrás-hatékonyság, a körforgásos gazdaság és a zöld munkahelyek.

Az erőforrás-hatékonyság termelési folyamatok optimalizálására épül, hogy kevesebb nyersanyagot és energiát használjanak fel. A körforgásos gazdaság az anyagok újrahasznosítására és újrafelhasználására törekszik, csökkentve a hulladék mennyiségét. A zöld munkalehetőségek, olyan technológiák fejlesztésével és alkalmazásával foglalkozik, mint például a megújuló energia szektor.¹

Míg Magyarországon a napelem-telepítés és -karbantartás terjedése jellemzi a zöld munkahelyeket, amelyek a helyi piacra összpontosítanak, addig Kínában a napelemgyártás és -export dominál. A világ legnagyobb napelemgyártója, jelentős nemzetközi piaci részesedéssel. A zöld technológiák és gazdaságok nemcsak a környezet védelmét szolgálják, hanem gazdasági növekedést is elősegítenek, munkahelyeket teremtenek, és javítják a közegészséget a levegő- és vízszennyezés csökkentésével. A zöld átállás kihívásokkal is jár, például a magas kezdeti költségekkel és a hagyományos iparágakkal való érdekellentéttekkel, de hosszú távon elengedhetetlen a fenntartható jövő érdekében. A szempont, amit szeretnénk elemezni: a Napenergia Plusz Program, mely támogatja a napelemek telepítését Magyarországon, és betekintést ad a magyar-kínai energiakapcsolatok egy aspektusába is.

A NAPENERGIA PLUSZ PROGRAM

Célja, hogy támogassa a háztartási napelem-telepítését és energiatároló rendszerek kiépítését Magyarországon. A program keretében a kormány ingatlanonként akár 5 millió forint vissza nem térítendő támogatást kínál, amely lehetővé teszi a családok számára, hogy csökkentsék rezsiköltségeiket és növeljék önelátási képességüket.² A program keretösszegét 2024-re 105,8 milliárd forintra emelték, így várhatóan több mint 25 ezer háztartás részesülhet támogatásban. A Program keretében eddig mintegy 4000 pályázónak több mint 10 milliárd forintot utaltak át a modern napelemes rendszerek telepítéséhez. A tiszta áram saját célú előállításával, a háztartások naperőművek és korszerű energiatárolók lesznek. Az állam a berendezések beszerzési és felszerelési költségeinek kétharmadát, ingatlanonként legfeljebb 5 millió forintot vállal át. Eddig több mint 20 ezer igénylést bíráltak el kedvezően, és a nyári keretemelésnek köszönhetően összesen közel 84 milliárd forint odaítéléséről született döntés. A program elősegíti a háztartási méretű kiserőművek számának növekedését, amely belátható időn belül elérheti a 300 ezret Magyarországon.

1 Arshian Sharif et al. (2024): Exploring the impact of green technology, renewable energy and globalization towards environmental sustainability in the top ecological impacted countries. *Geoscience Frontiers*, 15, (6.). Link: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1674987124001191> [Letöltés: 2024. 11. .21.]

2 kormány.hu (2024): *A családok ingatlanonként akár 5 millió forint támogatást nyerhetnek el...* Link: <https://kormany.hu/hirek/napenergia-plusz-program-nagy-az-erdeklodes> Letöltés: 2024. 10. 26.

A Napenergia Plusz Program erősíti a Magyarország és Kína közötti energiakapcsolatokat, mivel Kína a világ egyik legnagyobb napelemgyártója. A kínai gyártók, mint például a Longi, Astronergy és a Zinshine, megbízható és költséghatékony napelemeket kínálnak, amelyek jelentős részesedéssel bírnak a globális piacon. A magyar piacon való megjelenésük nemcsak a költségek csökkentését segíti elő, hanem a technológiai innovációt is támogatja, amely elengedhetetlen a fenntartható fejlődéshez.

A napelemek telepítése során számos kínai eszközt és technológiát integrálnak a rendszerekbe. A napelemek mellett a napelem-inverterek és energiaszabályozó rendszerek is kínai gyártók termékei, amelyek biztosítják a hatékony energiaátalakítást és -tárolást. A kínai gyártók által kínált eszközök, mint például a HISUNAGE és a CSUN, nemcsak megbízhatóak, hanem hosszú távú garanciát is nyújtanak, ami növeli a beruházások biztonságát. A Napenergia Plusz Program hozzájárul a zöld gazdaság fejlődéséhez Magyarországon, mivel a megújuló energiaforrások használata csökkenti a fosszilis tüzelőanyagoktól való függőséget. A program célja, hogy a megtermelt zöldenergia helyi felhasználásával tehermentesítse az áramhálózatot, és elősegítse a klímacélok elérését. A kínai technológia integrálása a magyar energiarendszerbe nemcsak a költségek csökkentését segíti, hanem a fenntartható fejlődés irányába tett lépéseket is támogatja.

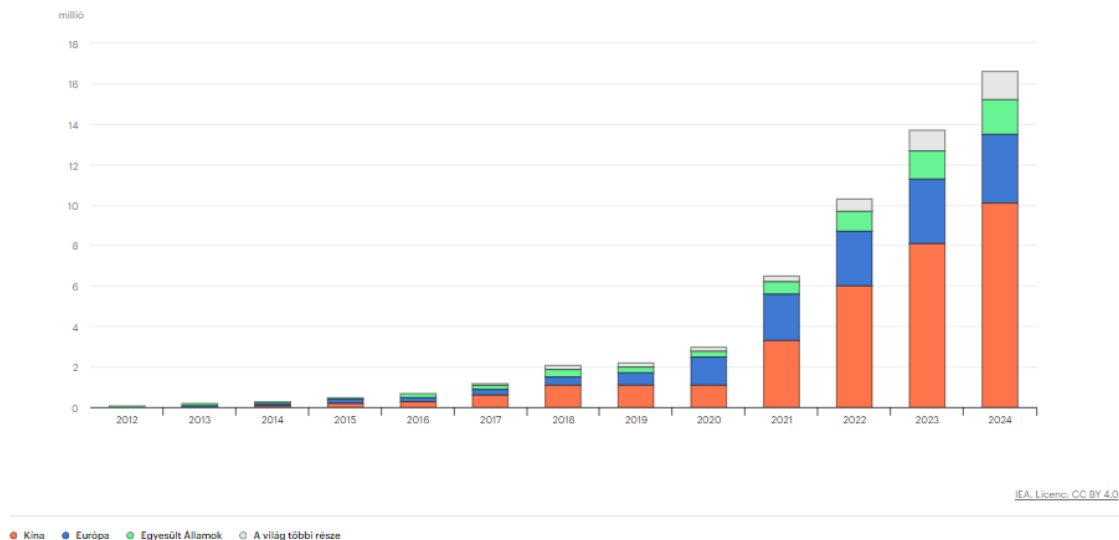
Összességében a Napenergia Plusz Program és a Magyarország–Kína közötti együttműködés erősítése kulcsszerepet játszik a fenntartható fejlődésben, lehetővé téve a zöld technológiák elterjedését és a környezeti terhek csökkentését.³ Az Európai Unió napelemeinek 95%-át importálja, nagy részét Kínából, amely gyakorlatilag kiszorította a hazai napelemgyártókat. Az EU 2022-ben Kína teljes fotovoltaiikus exportjának több mint 50%-át tette ki, ezzel Kína legnagyobb tengerentúli fotovoltaiikus piaca lett³. És bár az EU 2024-ben büntetvámokat vetett ki a kínai elektromos járművekre, tisztességtelen támogatásokra hivatkozva, a fotovoltaiikus elemek importja szükséges az energia zöld átállásához, így e szektort feltehetően továbbra is Kína dominálja majd.

Az elektromos autók térnyerése és az akkumulátorgyártás Magyarországon

A KERESLET AZ ELEKTROMOS AUTÓK IRÁNT

Az utóbbi években gyorsult fel, különösen 2019-től kezdődően, amikor a globális klímaváltozásra és a fenntarthatóságra való figyelem fokozódott. Az elektromos autók piaca 2020-ban robbanásszerűen nőtt, a COVID-járvány alatt pedig a kormányok által bevezetett támogatások és ösztönzők is hozzájárultak a kereslet növekedéséhez.

³ Yeping Yin (2023): China-Hungary solar project emerges as a frontrunner in green development amid European clean energy headwinds, derisking measures. *Global Times*. Link: <https://www.globaltimes.cn/page/202310/1299884.shtml> [Letöltés: 2024. 11. 21.]

1. ábra. Az elektromos autók iránti globális kereslet növekedése

Forrás: [iea.org-Global EV Outlook 2024-Trends in electric cars/](https://www.iea.org/global-ev-outlook-2024-trends-in-electric-cars/) Magyarul: Az elektromos autók trendjei

Az ábrán tökéletesen látszik, hogy Kína robbanásszerű változást hozott a járványt követően az elektromos autók értékesítésében (lásd, az 1. ábrán, piros színnel jelölve). A megelőző években, szinte egyszinten haladtak az európai országokkal, de a járványt és az energiaválságot követően Kína jelentősen elhúzott.

Kína rendkívül gyorsan váltott egyik napról a másikra, igyekezett mindig az aktuális igényeket maximálisan kiszolgálni, és a járvány utáni időszak bizonyíték volt arra, hogy a fejlettségét és a rugalmasságát bemutatva elhúzzon a többi ország/állam mellett. Tökéletesen reagált arra Kína, hogy szükség van egy új hajtóerőre, ami egyértelműen az elektromosság felé húzott, hiszen ahogy azt korábban már kifejtettük, a benzinárak az egekbe szöktek. Az emberek szívesebben fektettek egy olyan járműbe, ami kiszámítható áron üzemelhető a továbbiakban.

A hibrid autókra is nőtt a kereslet, hiszen aki újonnan akar vásárolni autót, számolnia kell az új jogszabállyal, az EU 2019/631 rendelettel, amely az új személygépkocsikra és könnyű haszongépjárművekre vonatkozó CO₂-kibocsátási előírásokat határozza meg. A rendelet célja, hogy 2030-ra a személygépkocsik kibocsátását 55%-kal, a kisteherautókéét pedig 50%-kal csökkentsék a 2021-es sinthez képest. 2035-től pedig a cél a 100%-os csökkentés, azaz egyetlen új jármű sem bocsáthat ki szén-dioxidot.

Ennek okán jelentősen csökkentek az autók motorkapacitásai. Elterjedtek a kisebb motoros turbós autók, vagy a hibrid illetve a plug-in hibrid autók is. Az elektronos és a hibrid autókra sokáig élt kedvezmény, miszerint ingyenes a parkolás és sokkal kedvezőbb a biztosítási díj is. Azonban a legfrissebb kormányrendelet értelmében a plug-in hibridek zöld rendszámait 2026. november 30-ig le kell cserélni fehér alapszínű rendszámra. Ennek oka, hogy a kormány a jövőben a zöld rendszámot kizárólag a tisztán elektromos autók számára kívánja fenntartani, hogy ösztönözze a környezetbarát technológiák elterjedését.

Természetesen felmerül a kérdés, hogy milyen töltési lehetőségek adódnak, ha hirtelen mindenki elektromos autóra vált? A töltés megoldása kulcsfontosságú az elektromos autók elterjedésében. Ha valaki családi házban él, érdemes befektetni otthoni töltőberendezésbe, mivel ez kényelmes és költséghatékony megoldás. Az otthoni töltők általában lassabbak, de ideálisak a napi használatra. Itt is érdemes végiggondolni, hogy ezekhez az otthoni befektetésekhez milyen eszközöket építünk be. Kína itt is jelentős, hiszen minden, ami az elektromos autókhoz köthető abban Kína élen jár, és mivel szinte már mindent beszerezhetünk tőlük, így valószínű ezen eszközök vásárlását követően szintén Kína gazdaságát fogjuk erősíteni.

Ha valaki nem tud otthon tölteni, a városokban és autópályák mentén egyre több töltőállomás érhető el, beleértve a gyorsöltőket is. A közterületi töltők használata is lehetőséget biztosít.

Sok bevásárló központ parkolójában is fellelhető elektromos töltőállomás, ami bár korábban ingyenes volt, mára már percdíj alapú töltési lehetőséget kínál. Egyre kevesebb lehetőség van az ingyenes töltési lehetőségre a városokban is, de még így is megéri, mivel sokkal kedvezőbb ára van az áramnak, mint a gázolajnak vagy a benzinnek.

Kína kiemelkedő szereplő az elektromos töltőállomások piacán. Az országban több mint 62 ezer szabadalmat jegyeztek be a töltési technológiák terén, ami messze meghaladja más országok, például Japán és Németország számát. Kína a töltési technológiák fejlesztésére összpontosít, beleértve az okos töltőállomásokat, amelyek képesek kommunikálni az elektromos járművekkel. Olyan vállalatok, mint a BYD és a CATL, vezető szerepet játszanak az akkumulátorok és töltőállomások gyártásában, ami hozzájárul a globális elektromobilitási piac fejlődéséhez. A szempont, amit a következőkben szeretnénk elemezni: a vállalkozások kedvezményes e-autó vásárlására vonatkozóan Magyarországon, amely betekintést ad az e-mobilitás egyes magyar-kínai összefüggéseibe is.

A KEDVEZMÉNYES ELEKTROMOSAUTÓ-PÁLYÁZAT

A kedvezményes elektromosautó-pályázat célja, hogy támogassa a vállalkozásokat elektromos járművek beszerzésében, ezzel elősegítve a környezetbarát közlekedést.

Gazdasági társaságok (pl. Kft., Rt.) és egyéni vállalkozók pályázhatnak, kivéve a gépjárműkereskedőket és -kölszönzőket. A pályázatot 2024. február 5-től lehetett benyújtani, és 13 hónapon át elérhető lesz.

Csak 100%-ban elektromos járművekre (személygépkocsik, kisteherautók, kisbuszok) lehet pályázni. Az autóknak újonnan forgalomba helyezettnek kell lenniük, és nem lehetnek tesztautók. A támogatás mértéke az akkumulátor kapacitásától függ, 2,8–4 millió forint között mozog. A támogatás segít a zöld technológiák és az elektromos autók gyártásának elősegítésében, amiben Kína, mint a világ egyik vezető elektromosautó-gyártója, kulcsszerepet játszik. A magyar vállalatok és kínai gyártók közötti együttműködés elősegítheti a technológiai transzfert és a közös fejlesztéseket, ami hosszú távon erősíti a két ország gazdasági kapcsolatát. A legnépszerűbb elektromos autómárkák a következő sorrendben alakultak a pályázat során: első helyen a BYD áll, amely Kínából származik, és 1199 darabot vásároltak belőle. Második helyen a Tesla következik az Egyesült Államokból, 674 darabbal. A harmadik helyen a svéd Volvo áll, amelyből 369 járművet igényeltek. Negyedik a dél-koreai Hyundai, 292 darabbal, míg az ötödik helyen a szintén kínai Cenntro végzett, 230 járművel. Ezek a márkák jelentős részesedést képviselnek a támogatott járművek között.

AKKUMULÁTORGYÁRTÁS MAGYARORSZÁGON

A magyarországi akkumulátoripar az utóbbi években jelentős fejlődésen ment keresztül, és kulcsszereplővé vált az elektromos járművekhez szükséges akkumulátorok gyártásában. Jelenleg több nagy gyártó üzemel Magyarországon, köztük a dél-koreai SK on Hungary Komáromban, amely az első európai üzemét működteti, évente 250 ezer elektromos és hibrid autónak elegendő akkumulátort gyárt. A Samsung SDI gödi gyára szintén fontos szereplő, amely 2016 óta működik, és 1200 új munkahelyet teremtett.

A legnagyobb beruházás a CATL debreceni gyára, amely 7,34 milliárd eurós értékben épül, és 9000 új munkahelyet hoz létre. A CATL célja, hogy a Mercedes-Benz, BMW, Stellantis és Volkswagen számára biztosítson akkumulátorokat, így a helyszín logisztikai szempontból is kedvező. A gyár vízhasználatának kérdése is felmerült, de a tervek szerint szürke vizet fognak használni, így nem veszélyeztetik a helyi ivóvízforrást.

A BYD (Build Your Dreams) is terjeszkedik Magyarországon, Fóton akkumulátor-összeszerelő üzemet épít. Ez a beruházás szoros kapcsolatban áll a helyi autógyártással és várhatóan új munkahelyeket teremt.

A BYD gyárának célja, hogy támogassa a növekvő keresletet az elektromos járművek iránt, amely a magyar autóipar zöld átállásának része.

A magyar akkumulátoripar fejlődése nemcsak a gyártási kapacitások bővülését jelenti, hanem új alkatrészgyártók települését is, mint például a Huayou Cobalt, amely katódanyagot állít elő. Az akkumulátoriparhoz kapcsolódó beruházások 2021 óta folyamatosan növekednek, a jövőben Magyarország várhatóan a negyedik legnagyobb akkumulátorgyártó központtá válik a világon.

A jövőbeni fejlesztések során a fenntarthatóság is kiemelt szerepet kap, a gyárak energiahatékonyságának növelése és a megújuló energiaforrások használata mellett.

A debreceni CATL és az EVE Power gyárai például a BMW igényeit szolgálják ki, és a legmodernebb technológiákkal fognak működni. Összességében Magyarország a következő években nemcsak a közép-európai, hanem a nemzetközi akkumulátorgyártás egyik meghatározó központjává válhat.

Ugyanakkor, a magyarországi akkumulátorgyártás helyzete jelentős visszaesést mutat. A KSH adatai szerint a termelés 2024-ben 51%-kal csökkent. A járműipar is jelentős, 21%-os visszaesést tapasztalt, ezen belül a gépjárművek gyártása 30%-kal, az alkatrészeké 17,5%-kal csökkent.⁴

Az akkumulátorgyártásban tapasztalható csökkenés összefüggésbe hozható a globális gazdasági helyzettel, a technológiai váltásokkal és a piaci kereslet változásával is. A járműipar visszaesése pedig a globális autópiacon lassulására és a hazai gyártás átalakulására vezethető vissza.

Kihívások és lehetőségek a magyar–kínai energetikai együttműködés jövőjében

A magyar–kínai energetikai együttműködés jövője számos kihívással és lehetőséggel néz szembe. Kína, mint a világ legnagyobb energiafogyasztója, jelentős szerepet játszik a globális energiapiacban: Magyarország számára a kínai befektetések és technológiai transzferek lehetőséget kínálnak az energetikai szektor modernizálására. A két ország közötti kapcsolatok erősítése érdekében a magyar kormány keresi a közös projekteket, különösen az infrastruktúra és az akkumulátorgyártás területén.

Összességében, és a hipotézisekre vonatkozóan⁵, a magyar–kínai energetikai együttműködés jövője ígéretes, de a vámok és a kereskedelmi politikák jelentős hatással vannak a fejlődésre. A helyi akkumulátorgyártás és a kedvező vámok révén Magyarország erősítheti pozícióját az európai piacon, miközben kihasználja a kínai technológiai és pénzügyi támogatásokat.

4 HVG (2025): KSH: 51 százalékkal zuhant vissza a magyar akkugyártás... Link: https://hvg.hu/gazdasag/20250213_KSH-akkugyartas-jarmuipar-ipar [Letöltés: 2025. 05. 12.]

5 Kőszegi Dóra Gréta–Kovács Szilvia: Magyar–kínai energiakapcsolatok 1. rész. *Dunakavics*, 2025/06., p. 38.

Az Európai Unió által bevezetett büntetővámok mértéke a különböző gyártók esetében eltérő: a BYD-ra 17,4%, a Geely-re 20%, míg a SAIC-ra 38,1% vámot terveztek kivetni 2024-ben. Az EU célja, hogy megvédje a helyi autóipart, amely a környezetvédelmi célok mellett is küzd a csökkenő kereslettel. A kínai piac az európai gyártók számára fontosabb, mint az EU a kínaiaknak, így a vámok bevezetése nem biztos, hogy kedvező következményekkel jár.

A német autógyártók, mint a BMW és a Mercedes, bírálják a vámokat, mivel azok ártalmasak lehetnek az európai ipar számára. A vámok bevezetése egy újabb lépés a globális kereskedelmi feszültségek fokozódásában. Az EU-n belüli megosztottság is megjelenik, mivel nem minden tagállam támogatja a vámok bevezetését. A vámok bevezetése öt évre szól, és ezt követően újraértékelik azokat. A vámok mértéke a normál vámokra rakódik, így a kínai gyártók esetében akár 30-40%-ot is jelenthet. Kína valószínűleg válaszlépéseket fog tenni, amelyek elsősorban Németországot érinthetik, mivel ott jelentős kínai eladások vannak.

A fenntartható fejlődés fő mozgatórugója a kétoldalú kapcsolatokban rejlik. Azonban a fenti példák is kereskedelmi egyensúlyhiányt tártak fel Kína és a vele kétoldalú szerződésben álló felek között. Ez nem független túlméretezett gazdaságának tovagyrúzó hatásától, ezért mind Magyarország, mind az EU deficitoldalon van a Kínával fennálló kétoldalú kereskedelmi kapcsolataiban⁶. A kétoldalú kapcsolatok jelenlegi kedvezőtleniségének felismerése és az alkalmazott kockázatsökkentő megközelítés fordulatot hozhat az EU és Magyarország jövőjét tekintve. Függetlenül attól, hogy Magyarország milyen álláspontot képvisel a Kínával való kétoldalú kapcsolatok előmozdításában, az Európai Unió tagállamként betöltött szerepe azt jelenti, hogy követi az EU fenntarthatósági ütemtervét, vagyis 2050-re karbonsemlegessé válik.

A Kína és Magyarország közötti üzleti kapcsolatokban már kialakult egyfajta közös előny. Magyarország biztosítja a kínai elektromos autók európai üzleti helyszínét, valamint a kínai akkumulátorgyártást, amelyet Európában értékesítenek, ami több munkahelyet és gazdasági fejlődést jelent Magyarországnak számára.⁶

⁶ Odorige, Catherine Enoredia-Kovács, Szilvia (2025): BILATERAL RELATIONSHIPS AS A COMPREHENSIVE APPROACH FOR GREENING THE FUTURE FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: A COMPARATIVE PERSPECTIVE OF CHINA'S ENERGY SUSTAINABILITY ENGAGEMENT WITH TWO COUNTRIES- HUNGARY AND NIGERIA. In: Adalat Muradov et al.(Eds.): *Sustainable Development and Green Innovation: Managing Risk through Interdisciplinary Approaches and Policy Strategies*. (Emerald Studies in Finance, Insurance, And Risk Management, 16). Emerald Publishing.



A vállalati társadalmi felelősségvállalás szerepe a munkavállalói elköteleződésben

3. rész

Összefoglalás: A választott kérdéskör egyre fontosabb szerepet kap a hazai munkaerő-piaci kutatásokban. A HR-terület, a szakajtó is egyre nagyobb figyelmet szentel neki. Ez a dolgozói elköteleződés, amely egy másik korszerű területtel együtt kerül vizsgálatra, a társadalmi felelősségvállalással, azaz a CSR-ral. Napjainkban már teljesen nyilvánvaló az új megközelítéseknek és kutatási eredményeknek köszönhetően, hogy nagyon fontos és közvetlen kapcsolat van a két terület között.

A kutatás arra keresi a választ, hogy vajon elkötelezettebbek-e azok a dolgozók, akiknek a munkahelyén van CSR-tevékenység? A vizsgálat kvantitatív kutatási módszerre támaszkodik.

100 db releváns, minőségi kitöltés született, színes lefedettséggel demográfiai és munkahelyi szempontból is. Összességében elmondható, hogy a kitöltők jelentős százaléka negatívan vélekedik a munkahelyéről, nem tervez vele hosszú távon, és nem elégedett a belső szervezeti folyamatokkal és kommunikációval, melyek összefüggésben vannak a CSR-tevékenységekkel is. Elmondható, hogy azok a kitöltők, akik a kérdőív során pozitívabb válaszokat adtak és elégedettebbek voltak azok, a munkahelyén volt CSR-tevékenység.

Kulcsszavak: Dolgozói elköteleződés, CSR, szervezeti kommunikációs folyamatok, CSR-stratégia.

Abstract: The chosen topic is gaining increasing importance in domestic labor market research, and both the HR field and the professional press are dedicating more attention to it. This is employee engagement, which is examined together with another modern area: corporate social responsibility, or CSR. Thanks to new approaches and research findings, it is now clear that there is a very important and direct connection between these two fields.

The research seeks to answer whether employees are more engaged when their workplace has CSR activities.

* Dunaújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet, hallgató
Email: livia.lestyan@gmail.com

** Dunaújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet
Email: kokutit@uniduna.hu
ORCID: 0009-0004-7907-2011

The study relies on quantitative research methods. There were 100 relevant, high-quality responses, with diverse demographic and workplace coverage.

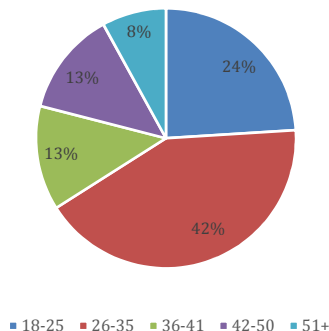
Overall, a significant percentage of respondents have a negative view of their workplace, do not plan to stay long-term, and are dissatisfied with internal organizational processes and communication, which are also related to CSR activities. It can be stated that respondents who gave more positive answers and were more satisfied had CSR activities at their workplace.

Keywords: Employee engagement, CSR, organizational communication processes, CSR strategy.

A KUTATÁS EREDMÉNYEI

Az első kérdések a demográfiai adatokat voltak hívatottak felderíteni. Ezek közül is az első az életkorra vonatkozó adatot vette fel. A válaszlehetőségek is 18 éves kortól kezdődtek, és 50+ korosztályig lehetett válaszolni.

3. ábra. Életkor



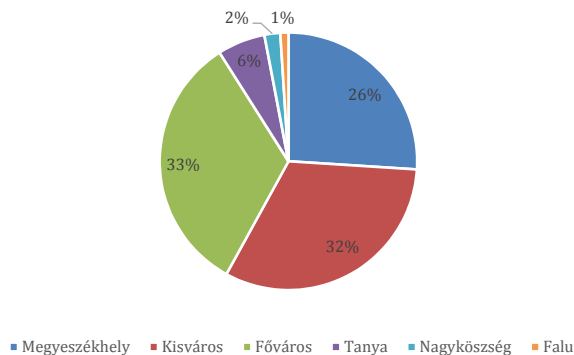
A válaszadók jelentős része a 26–35 éves korosztályba tartozik, de minden felsorolt korosztály képviselteti magát a kitöltők között. A legkevesebben az 51+-os korosztályból töltötték ki, de azt az összefüggést érdekes lesz majd felmérni, hogy a különböző korosztályok között mekkora eltérés van a munkahelyükhöz történő viszonyulásban, illetve, hogy viszonyulnak az egyes témákhoz. Az elméleti részben feldolgozott információk szerint, melyek többnyire korábbi kutatásokból nyert adatokból származnak, tudjuk, hogy nem csak a Z-generáció (1995–2009 között születettek száma) képviselői számára fontos, hogy munkahe-

lyük CSR-tevékenységet folytasson, hanem a millenial generáció (1980–1995 között születettek) számára is kiemelten kezelt téma.

A második kérdés a kitöltők lakóhelyére vonatkozott, mert arra is kíváncsiak voltunk, hogy van-e összefüggés aközött, hogy a kitöltő hol lakik, és milyen viszonyulása van a CSR-hoz, és mennyire befolyásolja a szervezeti kultúra az adott munkahelyen történő tartózkodását, tehát mennyivel rugalmasabbak vagy elnézőek a személyek, ha kisvárosban tanyán, vagy esetleg megyeszékhelyen laknak és mennyire, ha a fővárosban. Előzetes feltételezésünk szerint a fővárosban lakóknak fontosabb szempont ez, mint a megyeszékhelyen élőknek. A kisvárosban és a fővárosban lakók kitöltési száma megegyezik, mert mindkét kategóriát a kitöltők 33,3%-a választotta. Utána következik a megyeszékhely 26,7%-kal.

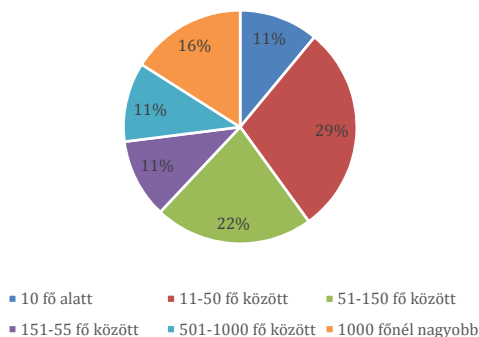
A kitöltött kérdőíveket egyénileg elemezve látszik, hogy azok a kitöltők, akik a fővárosban laknak, fontosabbnak találják a CSR-kezdemenyzéseket, mert a válaszaikból látszik, hogy kevésbé terveznek a munkahelyükön hosszú távra, ha ezekben a tevékenységekben nem jár élen a cégük. Ez összességében a fővárosban lakók 15%-ára igaz, akiknek a munkahelyeik nem remekelnek ugye CSR-ban, Azonban a kisvárosban és megyeszékhelyen lakóknál már kevésbé látszik ennyire ez, mert közülük, akiknek a munkahelyén nincsenek ilyen fókuszú tevékenységek, és alapvetően kevésbé is érzik jól magukat a munkahelyen, már sokkal kisebb százalékban (5%) jelölték azt, hogy nem is terveznek a munkahelyükön hosszabb távon.

4. ábra. A kitöltők lakóhelye



A harmadik kérdés már nem a demográfiai adatokat firtatta, mert a kutatás szempontjából nem volt releváns több ismeret a személyekről, mint az életkor és a lakóhely. Így ebben már arra tértünk ki, hogy a kitöltők mekkora létszámú, hány foglalkoztatottal rendelkező munkahelyen dolgoznak.

5. ábra. A kitöltők munkahelyének foglalkoztatotti létszáma

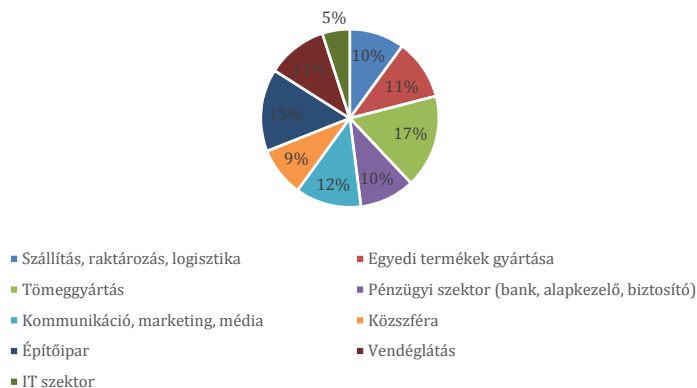


A nagyobb létszámot foglalkoztató vállalatoknál nagyobb hangsúlyt szentelnek a CSR-tevékenységekre és az emberbarátibb dolgozók felé tanúsított hozzáállásra. A kitöltők 11,1%-a dolgozik 10 főnél kevesebb dolgozót foglalkoztató munkahelyen, akik közül 5%-uk lakik kisvárosban. Ezeknél a kitöltéseknél nem volt olyan együttállás, amikor 10 főnél kisebb vállalat a kisvárosban van és folytatna CSR-tevékenységet, de olyan kitöltés már volt, ahol 10 főnél kevesebb a dolgozó, a fővárosban lakik a kitöltő és végez CSR-tevékenységet a cég, de főként helyi társadalmi ügyek képviselését (a helyi ebben az esetben a kerületi, önkormányzati kérdéseket takarja, papírgyűjtésben való részvételt stb. a válaszok szerint). Ez csak a konkrét CSR-tevékenységekre vonatkozik, de elmondható, hogy a 10 fő alatti vállalatoknál dolgozók többnyire semlegesen nyilatkoztak a munkahelyükről, nem mondhatni, hogy kiemelkedően elégedettek vagy éppen elégedetlenek lennének, de sokkal hosszabb távon terveznek. Azonban nem jelenthető ki, hogy összességében a belső kommunikációra vonatkozó sztereotípiák szerint elégedettebbek lennének az információáramlással, vagy a főnökükkel való kommunikációval, legyen az akár formális vagy informális. A mikromenedzsment azonban már sokkal jellemzőbb, ami azért lehet, mert egy kisebb létszámú vállalatnál még jelentősen nagyobb mértékben lát bele a főnök, vezető a beosztott munkájába, és még nagyobb kontrollálási igénytel rendelkezik.

A nagyobb vállalatoknál dolgozóknál már jobbak az arányok a CSR-tevékenységeket illetően, de ez természetesen a nagyobb kitöltési arányból származik. A 151 főtől azonban olyan kitöltések születtek, melyekben az szerepel, hogy van CSR-tevékenység, és többségében meg is tudták jelölni, hogy oktatás/társadalmi/ügyek/fenntarthatóság stb. területen teljesít-e jól a munkahelyük, de arra a kérdésre már nagyon kevesen válaszoltak pozitívan, hogy tisztában vannak a vállalatuk által képviselt társadalmi értékekkel. Így hiába nagyobb egy vállalat és igyekszik társadalmilag felelőssé válni, de a nem megfelelő belső kommunikáció és tájékoztatás miatt kevés dolgozójuk tud róla. Ezzel viszont nem tudja kihasználni a CSR dolgozókra gyakorolt pozitív hatását.

A negyedik kérdés a kitöltők munkahelyének tevékenységi körére vonatkozott.

6. ábra. A munkahely tevékenységi köre



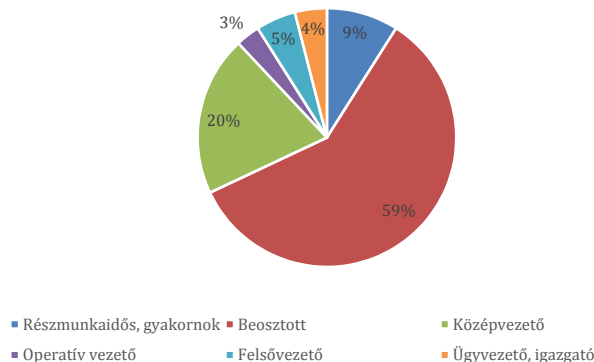
Erre a kérdésre nagyon színes végeredményt kaptunk, nagyon sok szektorból érkeztek válaszok. Erre azért voltunk kíváncsiak, mert szeretnénk volna azt vizsgálni, hogy van-e összefüggés a tevékenységi terület és a CSR-tevékenységek között. Kifejezetten annak a vonatkozásában, hogy vajon aktívabban áll-e hozzá egy olyan vállalat, mely mondjuk környezeti szempontból a társadalmi megítélés szerint károsabb. Ezt kifejezetten a tömeggyártás kategóriára vonatkoztattuk, mert ehhez a kategóriához következtethető, hogy károsabb a környezetre. Az építőipari szektort reprezentálók közül többnyire kevés beosztottal rendelkező egyéni vállalkozók voltak. Az elmondható, hogy akik tömeggyártásban dolgoznak, többen számoltak be a társadalmi ügyek képviseléséről. De természetesen a legtöbb területről érkezett olyan kitöltés, melyben megerősítette a kitöltő, hogy van munkahelyén CSR-tevékenység.

Azonban nem elhanyagolható jelenség, hogy a tömeggyártás területén dolgozók többnyire nagyobb létszámú vállalatnál dolgoznak, és a CSR-tevékenységük inkább külső CSR-t jelent, aminek célja egy image-növelés a társadalom, partnerek és fogyasztók körében.

A kommunikáció és közszféra területeken dolgozók pedig azt erősítették meg, hogy a náluk végzett CSR-tevékenység kevésbé területiális, anyagi vonzatú, inkább tevékenységhez kötött, pl.: térítésmentes oktatás támogatása (ingyenes továbbképzés, előadások tartása iskolákban) hátrányos helyzetűek munkával történő megsegítése a dolgozók közötti gyűjtés szervezésével. Azonban kiemelendő, hogy a belső kommunikációval és szervezeti kultúrával való elégedettség a vendéglátás és az egyedi termékek gyártásánál volt jellemző.

A legelégedetlenebb pedig a kommunikáció terület volt ezzel, ami érdekes összefüggés, hogy náluk pedig van CSR -evékenység, bár az inkább a dolgozók motiválását és platform biztosítását jelenti, és természetesen ugyanúgy külső CSR. A következő kérdés a beosztásra vonatkozott, ahol már kevésbé látni diverzitást, mint korábbi válaszoknál.

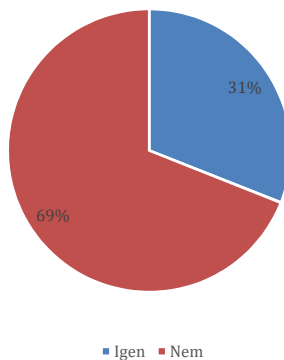
7. ábra. A kitöltők munkahelyi pozíciója



Ahogy az ábrán is látható, a kitöltők 59%-a beosztott pozícióban dolgozik, 20%-uk középvezető, 9%-uk pedig gyakornok, a többi lehetőségre elszórtan oszlanak meg a kitöltések. Az arányokat tekintve a középvezetői pozícióban dolgozók viszonylag tájékozottabbak a CSR-tevékenységeket illetően, ami azért lehet, mert hozzájuk talán gyorsabban vagy egyáltalán bárhogy eljut erről szóló információ, de még az ő esetükben sem mondható el, hogy mindenki teljeskörűen rendelkezik információval a munkahelyük CSR-tevékenységével kapcsolatban. A beosztottak vannak többségben, ami várható is volt, valamint jó végeredményben, mert összességében nekik szólt ez a kérdőív, ők voltak a célcsoport. Természetesen a jövőben más tematikában érdekes lenne felmérni a döntéshozók, menedzsment tagok álláspontját is a témával kapcsolatban.

A munkahellyel kapcsolatos elégedettségre vonatkozó kérdésekre általánosságban pozitívabb válaszokat adtak a magasabb pozícióban lévő kitöltők.

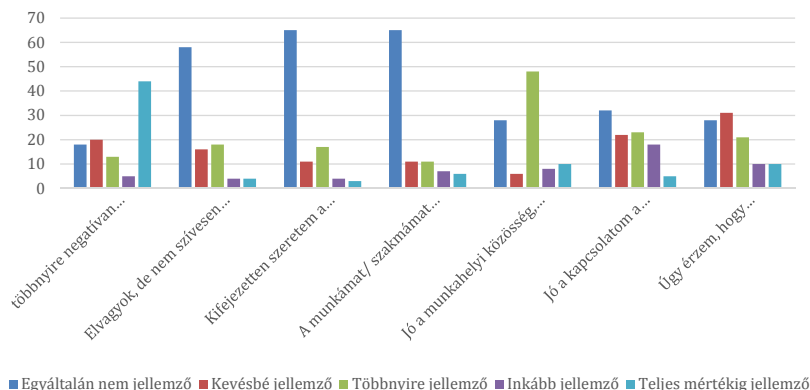
8. ábra. A CSR jelentése



Kevés, nyíltan a CSR-ra vonatkozó kérdés volt a kérdőívben, de azt nagyon fontos megkérdezni, hogy a kitöltők tudják-e pontosan mit jelent a CSR mozaikszó, vagy akár a corporate social responsibility, mint társadalmi felelősségvállalás.

A kitöltők 69%-a nem tudja, hogy mit jelent pontosan a CSR-kifejezés, ami azért meglepő, mert a kérdőívben ennél többen válaszoltak úgy a CSR-tevékenységekre vonatkozó kérdésekre, hogy van ilyesfajta tevékenység a munkahelyükön a társadalmi felelősségvállalás jegyében. Ami azt jelenti, hogy van egy erős hiány edukáció fronton az embereknél, mely a CSR-ra vonatkozik. A válaszok alapján nem találtunk arra vonatkozóan összefüggést, hogy van-e a kisvárosban vagy vidéken élő kitöltők tudják-e kevésbé mi az a CSR. Természetesen az is előfordulhat, hogy nem megfelelő számú kitöltés érkezett, amiből megfelelően le lehet vonni a következtetéseket, elképzelhető, hogy nagyobb kitöltésszám és színesebb kitöltési végeredmény esetén már mutatkozna összefüggés a lakóhely és a CSR-al kapcsolatos ismeretek között.

9. ábra. Mennyire jellemzőek az alábbi állítások a munkahelyén?



Az első nagyon izgalmas kérdés a kérdőívben, ez voltmely arra vonatkozott többnyire, hogy érzi magát a kitöltő a munkahelyével kapcsolatban. A kérdések arra vonatkoznak, hogyan viszonyulnak a munkahelyükhöz, mennyit gondolnak rá negatívan vagy éppen pozitívan. Hogy érzik magukat a munkahelyükön, mennyire szívesen töltenek ott időt akár önszántukból, vagy éppenséggel pontosan annyit amennyit muszáj és már amint lehet el is hagyják a helyszínt, vagy éppen mennyire jó a kapcsolatuk a főnökeikkel vagy mennyire érzik magukat megbecsülve a munkahelyükön azáltal, hogy teljes figyelmet kapnak, és ezt érzik is, hogy figyelnek rájuk.

A válaszok többségéből sajnos az látszik, hogy a kitöltők jelentős százaléka negatívan gondol a munkahelyére, rosszul érzi magát, nem szívesen tölt több időt ott, mint amennyit muszáj.

Minden ember tapasztalhatta már élete során, hogy egy közösségben vannak olyan személyek, akikhez tudnak kötődni, és pozitív személy számukra, de sokszor ennek az ellenkezője is egyszerre található meg egy munkahelyen.

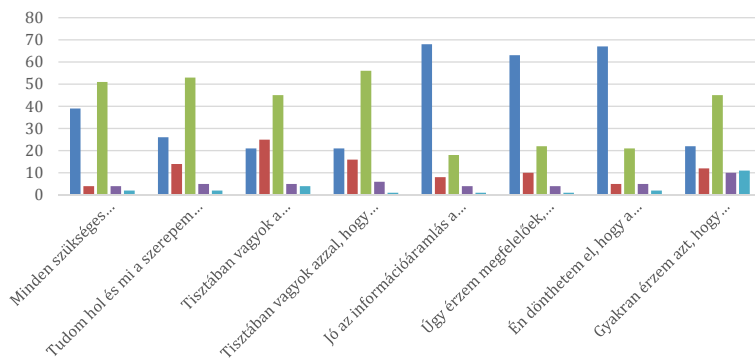
Azok a személyek, akik azt válaszolták, hogy többnyire negatívan gondolnak a munkahelyükre, és nem érzik ott jól magukat, olyan munkahelyen dolgoznak, ahol van CSR-tevékenység, mely a dolgozókat célozza (legtöbb megjelölés ezen kitöltők közül a magánegészségügyi juttatásra vonatkozott), de összességében a későbbi válaszokból kiderült, hogy a belső kommunikációs folyamatok és a szervezeti kultúra viszont megítélésük szerint elégtelennek minősül és többnyire negatív válaszokkal is illették.

Így ebben az esetben erős összefüggés volt: nem elegendő csupán a juttatások biztosítása, hanem figyelni kell azokra a belső folyamatokra is, melyek befolyásolják a dolgozó mindennapi életét, munkafolyamatait.

Azon kitöltők egy része, aki úgy nyilatkozott, hogy úgy érzi, figyelnek rá a munkahelyén, választotta azt, hogy van CSR-tevékenység a munkahelyén és a főnökkel való kapcsolata is jó. Azt feltételeztem, hogy az ő esetükben a csapatépítő jelensége is majd meghatározó lesz, de erre vonatkozóan nincs egyértelmű eredmény, hogy igen, aki pozitívabban vélekedik a munkahelyéről, több csapatépítőről számolna be.

Valamint még egy információ érdekes részükről, hogy azok a személyek, akik szerint figyelnek rájuk a munkahelyükön alapvetően jobb véleménnyel is vannak róla, a belső folyamatokkal is elégedettebbek és nem elhanyagolható tény, hogy jelentősen többen ajánlanák a munkahelyüket a barátaiknak. Ami az egyik legfontosabb mérőfoka az elköteleződésnek, és ők azok akik többnyire hosszabb távon is terveznek a munkahelyükkel, de ebben az esetben persze volt olyan eltérés, hogy nem mindenre igaz ez az állítás konkrétan ezt a választ adók közül.

10. ábra. Mennyire igazak az alábbi állítások a munkahelyén? I.



A 10. ábrán látható kérdések kifejezetten arra vonatkoznak, hogy mennyire elégedettek a belső kommunikációval és az információáramlással, valamint a saját helyük megítéléséhez mekkora segítséget kaphatnak, azaz mennyi információt kapnak arra vonatkozóan, hogy hol a helyük a szervezetben, hogy járulnak hozzá a sikerhez.

Nagyon fontos az a tényező is, hogy azzal tisztában vannak-e, hogy miben mérik a teljesítményüket, mert ennek abban is hatalmas szerepe van, hogy mennyire teljesítenek jól a dolgozók, mert alapvetően, ha tudják,

[30] John C. Maxwell
(2021): *A fejlődés
15 felbecsülhetetlen
törvénye*. Budapest:
Trivium.

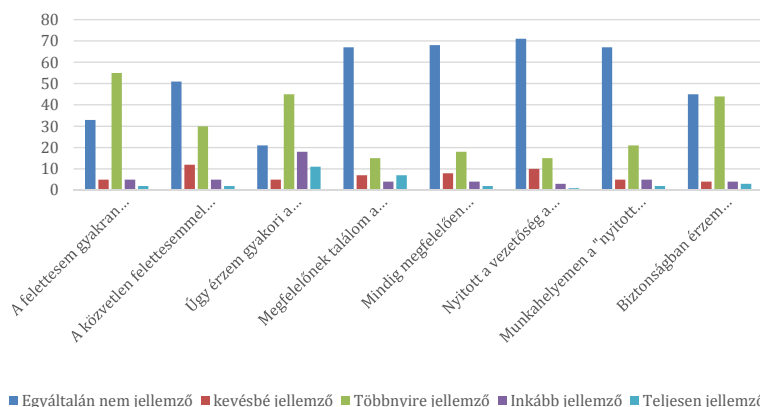
miben kell jól teljesíteniük, jobbak is lesznek benne, melyet gyári munkásokon végzett kísérlet sikeressége óta Hawthorne-hatásnak hívnak [30]. A teljesítmény mérése alapvetően sokat segít a személy egyéni céljainak elérésében is, hiszen sokkal könnyebben tudja behatárolni azt is, hogy jelenleg hol helyezkedik el, és esetleg annak meghatározásában is nagy szerepe van, hogy hova szeretne eljutni. Ezért egy nagyon fontos motiváló tényező a megfelelő keretek között végzett, emberközpontú teljesítménymérés.

Sajnos itt is azok az értékek a legmagasabbak általánosságban, melyek rossz belső kommunikációról árulkodnak. Nagyon szembetűnő ez, kifejezetten vonatkozik az információáramlásra, a megfelelő munkafolyamatokra és arra, hogy mennyire van beleszólásuk abba, hogy a saját feladatukat hogyan szeretnék elvégezni. A kérdőívben összességében a legnegatívabb válaszokat azok a személyek adták, akik ezekre a kérdésre is negatívan válaszoltak, ami annak is köszönhető, hogy ezeket a válaszlehetőségeket választották a legtöbben. Érdekes, hogy arra a lehetőségre, hogy gyakran érzik úgy, hogy „felülről” érkeznek döntések a munkájukkal kapcsolatban már sokkal több a közepes válasz, mint arra, hogy eldönthetik-e, hogyan szeretnék megoldani a saját feladatukat. Ami azért lehet, mert a feladatok elvégzésével kapcsolatos utasítások egyértelműbben értelmezhetőek, és veszik észre az emberek, mint azt, hogy felülről szólnak bele a munkájukba, hiszen ez legtöbbször az érintettek előtt is rejtve marad és kevesen látják át és kevés embernél tudatos maga a tevékenység, mint küldő fél, de a felismerés is a fogadó félnél. Valamint gyakori jelenség a vállalatoknál, hogy jól bejáratott munkafolyamatok vannak, melyek akár kifejezetten eredménytelenek is lehetnek, illetve rossz berögződésekkel járnak együtt, de „ez a szokás” alapon ritkán kerül ez változtatásra, és így nem is annyira feltűnő, hogy más határozza meg a feladatvégzés módját.

Arra a kérdésre, hogy mennyire vannak annak tudatában a szervezetben betöltött szerepüknek, szintén egy erős közepes válaszadási arány keletkezett, a kitöltők több, mint 50%-a jelölte be. Ez saját tapasztalatból is kiindulva azért lehet, mert a dolgozó a munkájából kifolyólag érzi, látja, hogy hol a szerepe, az ő munkája milyen más folyamatokkal, mely más emberek munkájával kapcsolódik össze, és miben van nagy szerepe, de ezt leszámítva nem történik erre vonatkozóan vezetői megerősítés vagy nincs olyan belső kommunikációs folyamat, ahol ezt tudatosan erősítik. Így a dolgozóknak pont ez a közepes hozzáállás fog kialakulni. Mely természetesen bár nem rossz, de érdemes lenne rajta javítani minden munkáltató esetében, mert egy olyan jótékony folyamatot indítana el, mely jó hatással lenne más tényezőkre is.

Ugyanennek a kérdéssorozatnak a második fele már sokkal inkább a közvetlenebb munkafolyamatokra és kommunikációs szokásokra irányult, mint a felettesel történő formális és informális kommunikáció, vagy a mikromenedzsment jelenléte a mindennapi munkájukban, természetesen arra irányulva, hogy mennyire érzik ezt felettesük részéről. Egy nagyon érdekes másik kérdés, hogy reagálnak a „nyitott ajtók” légkörére. Ez az egyik legfontosabb jelenség, érezhetően nagyon fontos lenne, nagyon jó hatással lenne a szervezeti kultúrára, de természetesen ez a kettő egy erősen összefüggő jelenség, egyik ráhatással van a másikra, de külön nem is megvalósíthatóak.

11. ábra. Mennyire igazak az alábbi állítások a munkahelyén? II.



Az első két kérdés a felettesel történő kommunikációra vonatkozott. Az első a formálisra, mégpedig azon belül is arra, hogy mennyit beszélget a felettes a kitöltővel a munkájáról, a munkamoráljáról és ad visszajelzést a dolgozó mindennapi tevékenységére. Erre a kérdésre a válaszadók közel 60%-a a közepes válaszlehetőséget jelölte be, 33%-a pedig azt, hogy egyáltalán nem jellemző ez a munkahelyén. Ennek hatalmas szerepe van abban, hogy a dolgozó mennyire érzi azt, hogy rá figyelnek a munkahelyén és nem csak egy dolgozónak tekintik, hanem egyénnek. Valamint ezzel nagyon szépen megfigyelhető, hogyan reagál a változásokra a dolgozó, mennyire érzi magát motiváltnak, és ha rendszeresek ezek a beszélgetések, akkor sokkal könnyebben fog kialakulni benne az az érzés, hogy egyrészt számít a személye is, nemcsak a munkája, másrészt megoszthatja a véleményét, az érzéseit a szervezettel, munkájával kapcsolatban. Ez természetesen hozzájárul ahhoz is, hogy érezze a „nyitott ajtók” légkörét is, és meg merje osztani a megfigyeléseit is.

[31] *HR Portál*. [web-oldal] <https://www.hrportal.hu/jelentese/mikromenedzsmnt.html> [2024. 05. 05.]

Természetesen ez soha nem lehet egy álságos, látszólagos tevékenység, mert úgy sosem fogja elérni ezt az eredményt, nem lesz valós pozitív hatása, hanem a dolgozó maga is kényszernek fogja érezni. Ezért fontos, hogy ha rendszeresen meghallgatásra is kerülnek a dolgozók igényei, és lehet, hogy több közülük irreális, vagy nem olyan könnyen megvalósítható, mint azt a kevés rálátása miatt ő gondolja, de biztos, hogy lesz köztük olyan tétel is, mely egy kis odafigyeléssel könnyen megvalósítható, és úgy érzi valóban „kapott” valamit. Ez után magától értetődik, hogy könnyebb elvárni valamit egy olyan személytől, aki kap is és nem csak adnia kell.

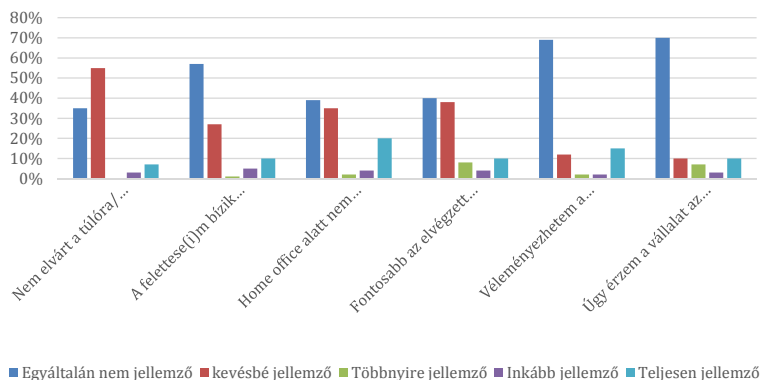
A következő kérdés a felettséssel történő informális kommunikációra vonatkozik, melyre még rosszabb arányok születtek a válaszok arányai között. Hiszen a kitöltők 63%-a negatív választ adott erre és 30% is csak a közepes lehetőséget választotta, csupán 7%-uk adott teljesen pozitív visszajelzést.

Ez az eredmény elkésérítő, kifejezetten azért, mert ez a tevékenység a vezető érdeke lenne, mert így sokkal könnyebb bizalmi kapcsolatot kialakítani a saját beosztottjával, ami szintén nagyon sok más tényezőre lenne pozitív hatással. Az előzetes feltételezésnek ellentmondóan, nincs összefüggés a vállalat mérete és az informális kommunikáció jelenléte között. Egy nagyobb létszámot foglalkoztató vállalatnál kevésbé érdemi jelenség ez, de a kifejezetten kevés főt foglalkoztató vállalatnál is ugyanilyen negatív válaszok érkeztek. Ami látható, hogy a pozíció a meghatározó: az alacsonyabb és a magasabb beosztásban lévők adták erre a legnegatívabb válaszokat, a közepes beosztásban lévők már pozitívabbat. A mikromenedzsmnt kérdésköre az egyik legfontosabb, mert amennyire terhes és káros az elkövetőnek, pont ugyanolyan rossz az elszenvetőnek is, így mindkét vagy több fél csak szenvedője ennek a tevékenységnek. Mégis az elkövető meglátásom szerint nincs ennek tudatában, hanem egy perfekcionista igény hajtja, hogy mindent kontrollálhasson. Bár rövid távon ez akár eredményes is lehet, de hosszú távon a teljes csapat fejlődését hátráltathatja, ugyanis kifejezetten rossz hatással van a motivációra, és erősíti a beosztott felé irányuló bizalmatlanságot is, hiszen az állandó ellenőrizgetés, hogyan is jelenthetné azt, hogy a főnökünk megbízik bennünk? [31]

A következő pár kérdésre, mint a munka-magánélet egyensúlya, a szervezeti változásokkal kapcsolatos tájékoztatás, a nyitott a vezetőség a meglátásokra és a „nyitott ajtók” légkörére messze a legnagyobb arányban érkeztek negatív válaszok. Ez természetesen már nem akkora meglepetés a korábbi válaszok tükrében, valamint az is árulkodó, hogy ha az ember folytat beszélgetéseket ilyen témában közvetlen vagy közvetett környezetében, ezekre elég sok panasz szokott érkezni, ami nem kecsegtet túl pozitív kilátásokkal a munkaerőpiacon.

A jövőben érdekes lesz megfigyelni az eltérő igényekkel rendelkező generációk ütközését a munkaerőpiacon, mely már most is okoz problémákat az X- és Z-generáció tagjai között. Érdekes annak ellenére, hogy többségében azokra a válaszlehetőségekre negatív válaszok érkeztek, hogy mennyire dönthet a dolgozó a saját belátása szerint, mégis kevesebb teljesen elutasító válasz érkezett arra a kérdésre, hogy a dolgozó mennyire érzi magát biztonságban, ha ötleteinek megosztásáról van szó. Bár ez az arány egyáltalán nem jó (45% egyáltalán nem jellemző, 44% többnyire jellemző), mégis sokkal határozottabb teljesen elutasító válaszra számítottunk. De természetesen az a 7% akik pozitívan jeleztek vissza, egyáltalán nem kielégítő vagy ad bizakodásra okot. Ennél a kérdésnél az alacsonyabb, gyakornoki vagy részmunkaidős beosztásban dolgozók mindegyike adott teljesen elutasító választ, míg nem túl meglepő módon az idősebb, 42+ korosztály képviselői pozitívabb, vagy közepes visszajelzést adtak. A magasabb munkakörben lévők pedig a legnagyobb arányban adtak pozitívabb visszajelzést, de itt szintén torzító jelenség lehet, hogy ők töltötték ki a legkevesebben. Azonban érdekes kérdés, hogy vajon ez az attitűd emeli ki a vezetőket a beosztottak közül, vagy a pozícióval jár ez a bátorság és a vélemény felvállalásának készsége. Feltehetően mindkettő szerepet játszik, az pedig már szintén külön kérdéskör, hogy ez mennyire tanulható és vajon ezt a képességet valakiben ki tudja-e alakítani a megfelelő szervezeti kultúra és támogató légkör?

12. ábra. Milyennek érzi a szervezeti kultúrát az alábbi, kimondatlan kérdésekben?



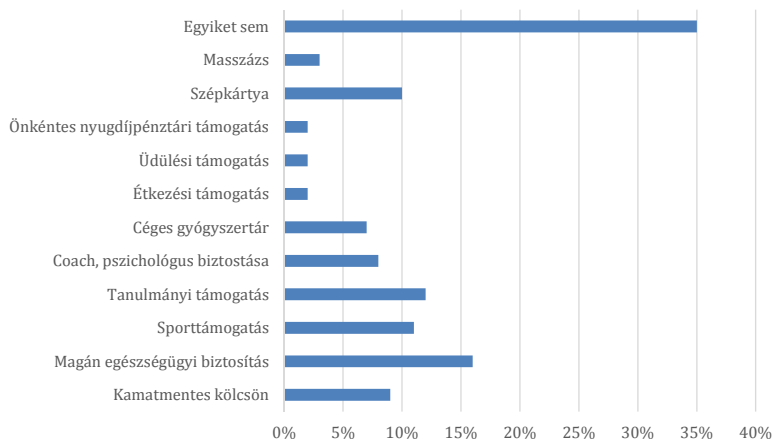
Nagyon érdekes, hogy ezekben a kérdésekben egészen határozottan alkottak véleményt a kitöltők, pedig a kérdőív összeállításánál úgy tűnt, hogy ezek a kérdések inkább a meghatározhatatlan kategóriába tartoznak és így sokkal több bizonytalan, közepes válaszszületik majd. Az már nem ilyen pozitív megállapítás, hogy ezeknél a kérdéseknél ennyire sok határozott negatív válasz érkezik. Az sem meglepő eredmény, hogy jelentősen több, mint az kitöltők fele, de ha a kevésbé jellemző és egyáltalán nem jellemző

kategóriát nézzük, a válaszadók 90%-a nem tudta egyértelműen elutasítani azt a kérdést, hogy explicit/implicit módon, de nyilvánvaló jelenség-e a túlóra elvárása. Ez nagyon szépen összefügg a munka-magánélet elégtelen egyensúlyára. Az nem derül ki a kérdőívből, hogy ezeknek az elvárásoknak mennyire felel meg a kitöltő, tehát csak érzékeli-e a túlórára irányuló igényt, vagy eleget is tesz neki. Az már elég negatív, hogy ha nem is mindig tesz neki eleget, de a légkörben kialakult elvárások rányomják a bélyegét a dolgozó mindennapjaira és a munkahelyéhez való további viszonyulására. A következő kérdés arra irányult, hogy a kitöltő mennyire érzi a bizalmat maga felé a vezetője részéről, amire közel 60% azt felelte, hogy egyáltalán nem, 27% pedig azt, hogy kevésbé jellemző. Ez érdekes, mert a korábbi, mikromenedzsmentet firtató kérdésnél ehhez képest kevés volt a határozottan vagy kevésbé elutasító válasz, és inkább a közepes kategóriát jelölték be. Mely véleményem szerint egy bizonytalan „néha előfordul, van amiben igen, van amikor nem” álláspont lehet, azonban ez bőven elegendő az eredmények szerint ahhoz, hogy a dolgozó úgy érezze, nem bízik benne a közvetlen főnöke. Nagyon kevesen, 15%-uk jelölte be azt, hogy érzi ezt a bizalmat. Természetesen ez is sokkal összetettebb kérdés, mint hogy ez legyen az egyetlen magyarázat rá, de nem elhanyagolható összefüggés. A home office és a munka elvégzésének fontossága a jelenléttel szemben összefüggő kérdés. Bár a vállalati hozzáállást a világjárvány jelentősen megváltoztatta a nem irodai munkavégzéshez, de még mindig jellemző a jelenség, hogy ilyen munkavégzés esetén a vállalat jobban szeretné kontrollálni, felügyelni a dolgozót. Ez szintén nem erősíti a bizalom érzésének kialakulását sem a munkahellyel sem a vezető személyével kapcsolatban. További nem túl szerencsés jelenség, hogy a vezetőség úgy ítéli meg, nem a dolgozó munkáját, hanem az idejét fizeti meg, így sokszor még akkor is ott kell tartózkodni a munkahelyen, ha valójában már nincs aktív munkája aznapra a dolgozónak. Természetesen ezzel a témával kapcsolatban rengeteg pro és kontra érvet lehet felsorakoztatni, de a bizalom érzésének kialakulásában már az a rugalmas megközelítés és légkör is sokat segítené, ha ezt időnként megélhetné a dolgozó.

A munkafolyamatok és munkával kapcsolatos vélemények megosztása visszatérő elem a kérdőívben. Pont azért, mert egy nehezen megfogható kérdés, hogy hol, mennyire jogos a felsővezetői utastás a munka minőségi elvégzésének érdekében, és hol csupán csak kontrollgyakorlásról van szó. De visszatérően erre a kérdésre is többségében elutasító válaszok érkeztek, hogy a dolgozó mennyire véleményezheti a munkafolyamatokat. A kevés 15%-os pozitív megközelítést a magasabb pozícióban lévők adták, valamint az egyedi gyártási területen és az építőiparban dolgozók. Előzetesen arra számítottam, hogy erre a kérdésre a kisebb létszámot foglalkoztató vállalatoknál dolgozók pozitívabban fognak reagálni, de összességében ez nem jelenthető ki. Ennél a kérdésnél pedig már csak egyre érkeztek ebben a sorozatban nagyobb arányban negatív válaszok, arra, hogy mennyire érzi úgy a dolgozó, hogy az ő igényeinek, kéréseinek mennyire próbál meg vajon eleget tenni a cég. Ez azért is elszomorító eredmény, mert sok esetben nem hatalmas, vagy megvalósíthatatlan kérésekről van szó, hanem apróságokól, mint munkaeszköz, de akár az is, hogy

mennyire változtathat a munkafolyamatokkal kapcsolatos negatívumokon. Ez sem járul hozzá túlzottan a megbecsültség érzésének kialakításához.

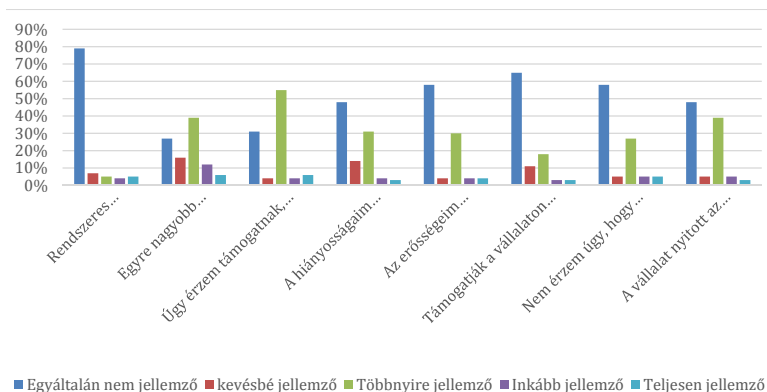
13. ábra. Az alábbi juttatások közül melyik elérhető az Ön munkahelyén?



A kérdőív következő kérdése már konkrétan a CSR részeként is értelmezhető juttatásokra vonatkozott. Ez már elég pontos képet tud adni a vállalatról és a hozzáállásáról is, hogy milyen a dolgozókhoz való viszonyulása, mennyire színes a támogatási paletta és ez hogyan segít kielégíteni a dolgozó alapvető emberi igényeit. Mennyire támogatják ezekkel a hosszú távú stabil megélhetését, a mentális és fizikai egészségének megtartását és megteremtését. Vagy esetleg a tudásának elmélyítését, értékének növelését? A válaszadók 35%-a azt jelölte, hogy semmilyen juttatást nem kapnak sem a felsoroltak közül, de az egyéb lehetőségek között sem adtak meg speciális juttatási formát. Azonban egész színes a végeredmény, tekintve a coach, masszázst, üdülési, önkéntes nyugdíjpénztári támogatási lehetőségeket. Valamint nagyon szimpatikus a magánegészségügyi biztosítás lehetősége is. A SZÉP kártya és a kamatmentes kölcsön és a céges gyógyszertár biztosítását nem sorolom szorosan a kimagasló juttatási lehetőségek közé, csupán a Maslow-piramis alján szereplő lehetőségeknek tartom, melyek akkor igazán jók, ha mellettük még megtalálható más is. Ezek közül több válaszlehetőséget is be lehetett jelölni, de az „egyik sem” lehetőségen kívül összesen 82%-os eredményt értek el a kitöltők, mely nem túl pozitív. Nagyon kevés olyan kitöltő volt, aki 5+ lehetőséget is bejelölt. Akinél ez előfordult összességében a korábbi kérdéseknél pozitívabb válaszokat jelöltek (de nem minden esetben), majd egy későbbi kérdésnél, mely a kérdőív egy meghatározó kérdése, ami a munkahely-lyel történő hosszú távú tervezést firtatja, többségük sokkal pozitívabb válaszokat adtak.

Azonban ehhez az kell, hogy ne csak ezek a juttatások legyenek, hanem egyéb szervezeti kulturális kérdéseknek is rendben kell lenniük, mert a juttatási sokszínűség nem pó A juttatások egy jelentős része már rövid távon is pozitív hatással van a munkavállalóra, így ez annyira lehet vállalati érdek is, mint a dolgozóé.

14. ábra. Mennyire támogatja a munkahelye a karriercéljait?

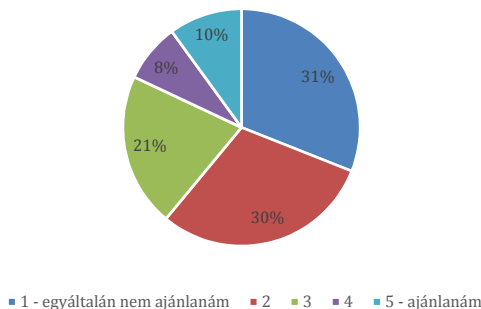


A következő kérdés az egyéni karriercélok támogatására vonatkozott. Ez szintén egy olyan kérdés, mely látszólag a dolgozó egyéni érdeke, de ha a komplex képet nézzük, akkor ez ugyanannyira a munkáltató érdeke is. Egyrészt, ha figyelmet szentelnek a dolgozó megtervezett terhelésére, gondolok ezalatt, hogy a feladatok elosztásánál és kiosztásánál is érdemes időről-időre olyan feladatot is becsempészni, amiről tudjuk, hogy örömmel tölti el, szeretne benne fejlődni és szereti csinálni. Ez hatalmas kihívásnak tűnhet a felettes számára, de mindenképpen megéri a befektetett összes munkaórát, mert összehasonlíthatatlan egy motivált, és egy nem motivált dolgozó munkamorálja. Nem érdemes kifelejteni azt a tényt sem, hogy mennyivel hasznosabb egy jobban képzett, nagyobb ismeretekkel rendelkező munkavállaló.

Ennek az első lépcsőfoka, hogy mennyire értékeli rendszeresen és alaposan a dolgozó munkáját, milyen gyakran kap visszajelzést arról, hogy jó irányba halad-e, jók e a megközelítései. Nagyon demotiváló tud lenni, ha az ember sosem tudja, hogy az adott feladatot jól vagy rosszul végezte el, és csak onnan tud következtetni, hogy érkezett-e további visszajelzés a módosításra vagy sem. De ez sem mindig kézenfekvő, mert ha a felettesen keresztül jut el a végső célszemélyhez, lehet, hogy a szükséges részeket ő javítja és ha azt nem beszéli át a feladat elvégzőjével, gyakorlatilag annak a lehetőségét is elveszi tőle, hogy fejlődjön és legközelebb már jól csinálja meg a rá kiszabott munkát. Úgy gondolom ezzel a kitöltők is egyetértenek, mert 79%-uk a határozott elutasítást jelölte be, ami pedig arra enged következtetni, hogy hiányolják ezt a visszacsatolást ők is.

A következő kérdésre már viszonylag szebb a válaszok összképe, de itt is kevés a pozitív válasz, a közepes és negatív válaszok vannak hangsúlyban arra a kérdésre, hogy mennyire érzik azt, hogy a feladatok nehézségi szintjén és a változatos feladatokkal odafigyelnek-e rájuk. A következő kérdés pedig arra vonatkozott, hogy mennyire támogatják a dolgozókat abban, hogy elmélyedjenek a munkájukban. Erre is a közepes válasz a legtöbb. A tömeggyártásban és a marketing, média területen dolgozók adták a legtöbb teljesen elutasító választ, az idősebb korosztály nagy része pedig mind a közepes lehetőséget választotta. A következő két kérdés ugyanarra keresi a választ csak más-más szemszögből megközelítve. De eleve nagy különbség van már a két látásmód között is, hogy az egyes területekkel kapcsolatos hiányosságot szeretnék csökkenteni vagy az erősségeket továbbfejleszteni. Alapvetően szerintem egyénileg megvizsgálva, de mindkettőre szükség van, persze mindenképpen abban a mértékben, ameddig a dolgozó maga is partner benne. Alapvetően mindkét kérdésre hasonlóan érkeztek a válaszok, de az erősségek fejlesztésére több érkezett, mint a gyengeségek felszámolására. Ami azért is lehet, mert a munkáltatók jobban érzik egy-egy tudásnak a hiányát, mintsem erősítsék energia és pénz ráfordítással azt, amivel egyébként elégedettek. Az utolsó három kérdés szintén egy kérdéskört boncolgat mégpedig a cégen belüli munkaerőáramlást. Ez egy nagyon fontos hozzáállás lenne, ami jelentős értéket képvisel a cég számára is, hiszen ha bevált a munkaerő érdemes kiaknázni azt máshol, főleg ha ő is nyitott arra, hogy a vállalatnál maradjon. Ez a típusú rugalmasság hozzájárul a munkahely iránti elköteleződéshez, egy elkötelezett dolgozó pedig mint tudjuk felbecsülhetetlen. Ezért nagy csalódás, hogy ennyire rosszak az ezzel kapcsolatos megítélései és tapasztalatai a kitöltőknek.

15. ábra. Mennyire ajánlaná munkahelyét egy jó barátjának?



A szakirodalmi részben feldolgozott tanulmányok szerint az egyik tényező, amiben az elköteleződést lehet mérni, az az hogy az ott dolgozók mennyire ajánlanák munkahelyüket barátjuknak. Egy 1–5-ig terjedő skála használatával igyekeztük ezt felmérni.

A korábbi válaszokból kiindulva már nem volt túl meglepő a végeredmény, a kitöltők csupán 10%-a ajánlaná teljes mértékig a munkahelyét. Az eddig felfedett összefüggések szerint azon személyek, akiknek a munkahelyén van CSR-tevékenység, és a dolgozók felé irányuló pozitív és emberbaráti hozzáállást tanúsítanak, ők nem jelölték az 1-es vagy 2-es lehetőséget, a legrosszabb, amit adtak a közepes értékelés volt. Ahol pedig nem volt CSR-tevékenység, azok az emberek eleve negatívabb választ adtak a kérdésekre, ami a munkahely hozzáállását tükrözi. Ahol nem fektetnek figyelmet a CSR-tevékenységekre, ott még az alapvető szervezeti kultúra kialakítására sem fognak, hiszen megrekedtek egy lépcsőfokkal lejjebb.

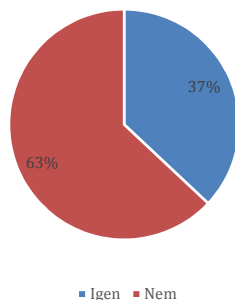
16. ábra. Ismeretei szerint a munkahelyének milyen törekvései vannak a fenntarthatóságra?



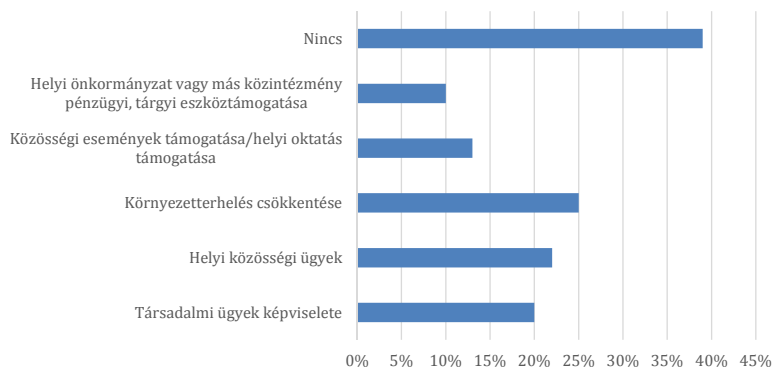
Alapvető megközelítésünk a CSR-al kapcsolatban, hogy több lesz az olyan cselekvés a vállalatok részéről, mely inkább a külvilágnak szól. Ha ez nem is jelenthető ki ennyire radikálisan, de az vitathatatlan, hogy a nagyobb kommunikációs, imagenövelő potenciállal bíró tevékenységek gyakoribbak lesznek. A CSR ezen része, mely a közvéleményformálásra van jótékony hatással, már sokkal aktívabban él a köztudatban, mint csupán a dolgozók érdekeit szolgáló és elköteleződést növelő része. A legtöbb válasz azonban azokra a tevékenységekre érkeztek, amelyek közvetlenül vannak jótékony hatással a vállalatra, mint az energiaköltségek csökkentése, vagy a szürkevíz-felhasználás. Bár vitathatatlanul jó hatással vannak ezek a kezdeményezések a társadalomra is.

Mint minden társadalmi aktivitásnál, itt is ha nem rendelkezik a cég megfelelő eszköztárral vagy kapacitással, mindig nagyon jó megoldás egy erre szakosodott szervezettel, szakemberrel együttműködni, és őket támogatva hozzájárulni a társadalmi értékek növeléséhez. A kitöltők 22%-ánál megjelenik ez a szemlélet, ahol a vállalat inkább egy fenntarthatóságot célul kitűző szervezetet vagy élő kezdeményezést támogatna, amivel így sokkal hatékonyabb is lehet a végeredmény, mintha csak önmagában valósítana meg valamit.

17. ábra. Ön tud róla, hogy munkahelyének vannak jótékony tevékenységei?



A következő kérdés arra vonatkozott, hogy mennyire vannak tudatában a dolgozók annak, hogy a vállalat, ahol dolgoznak rendelkezik jótékony törekvésekkel. Ezt azért tartottuk fontosnak megkérdezni, mert sokszor előfordul, hogy a vállalat egyébként nagyon sokat tesz effelé lépéseket, de a dolgozók ennek közel sincsenek tudatában, mert nem megfelelő a belső kommunikáció és az információáramlás. Ebben a kérdésben sokkal nagyobb szerep hárul a belső kommunikációra, mert ez már nem olyan tevékenység, amit a dolgozó érez a mindennapi munkája során, mert érzékeli, és hatással van az életére. Ahhoz, hogy ezzel tisztában legyen már sokkal jobban kell tájékoztatni, nem mellelleg érzékenyíteni, ami még speciálisabb kommunikációs tevékenységet igényel a vállalat és vezető tisztséget betöltő dolgozók részéről.

18. ábra. Vannak olyan területek, melyek iránt elkötelezett a munkahelye?

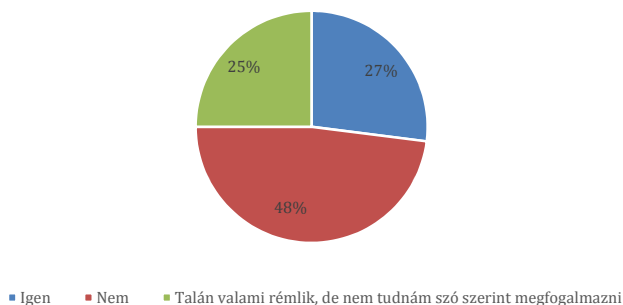
A következő kérdésben arra kérdeztünk rá, hogy a munkahelyük milyen társadalmi ügy iránt vannak elkötelezve. Természetesen az elköteleződés egy filantropikus magatartásra engedhet következtetni, de természetesen nem csak az ilyen szintű magatartást vizsgáltunk, hanem már annak a tényét is, hogy alapvetően a vállalat kiáll-e bármilyen mértékben valamilyen ügy mellett. Mint korábban említettük ez szintén egy visszamutatás vagy igazolás lesz arra, hogy milyen a belső kommunikáció.

Ebben a kérdéssorozatban is több válasz bejelölése is lehetséges volt, feltételezve, hogy egyes vállalatok akár többféle tevékenységet is végeznek. Pont ezért kaphatjuk azt a csalóka képet a diagramra ránézve, hogy milyen sok és színes tevékenységet végeznek a kitöltők munkahelyei, de a legtöbb válasz itt is, mint a belső CSR-tevékenységeknél pár munkahelytől eredeztethető. Az egyéni kitöltéseket vizsgálva látni, hogy az átlagos 15–20%-os kitöltési arányt vizsgálva azoktól a kitöltőktől származik, akik alapvetően pozitívan vélekedtek a többi kérdés esetén. Azonban nem csak kizárólagosan, mert olyan kitöltő is akadt, akinek a munkahelyén sok ilyen tevékenység van, de alapvetően elégedetlenebbek és nem is érzik jól magukat. A hulladékgazálkodás itt is magasabb eredményt ért el, majd követi a helyi közösségi ügyek, majd a társadalmi ügyek képviselete. A két legkisebb százalékat kapó törekvés a helyi önkormányzat vagy más közintézmény pénzügyi vagy tárgyi eszköztámogatása és a helyi események vagy oktatás támogatása. Ez egy viszonylag szűk lista, és nem árulkodik a vállalat bevonódásáról, mert teljesen más értéket képvisel egy olyan CSR-tevékenység, amiben a munkahely valóban értéket teremt és nagyobb energiabefektetéssel támogat, nem pedig csak pénzt adományoz. Nem melleleg a társadalmi reputációja és kommunikálhatósága is mérőföldekkel jobb, mintha csak pénzadományozás lenne. PR-szempontról, ha már egy vállalat végez CSR-tevékenységet érdemes gyakorlatiasabban is megközelíteni a támogatási lehetőségeket még akkor is, ha meglehetősen próbára teszi a munkahely és a kollégák kapacitását.

Ezután szabad válaszos kérdésben rákérdeztem, hogy a fentiekről hogyan tájékozódik, azaz milyen belső információáramlás, belső kommunikációnak köszönhetően vagy informálisan, esetleg a munkahelytől független hírforrásokból szerez ismereteket.

A legtöbb válasz a folyosói pletykát, informális információáramlást említette, ami bár pozitívabb, mint a teljesen külső hírforrásokból való tájékozódás, de azért eredményesebb és professzionálisabb megoldás is létezik erre. Ez arra pozitív példa, hogy legalább a dolgozók kommunikálnak egymással ilyen témában is, feltehetően. Csupán 11% jelölte a belső intranet hálózatot az ilyen témájú tájékozódás helyszínéként, személyesen szóban és meetingeken pedig csupán 8%-uk értesül az ilyen hírekről, ami azért nem egy túl j arány, mert ez azt jelenti, hogy a vállalatok egyáltalán nem használják ki az ebben rejlő potenciált a munkavállalók felé, kevésbé kerülnek ezáltal bevonásra is. Ez a válaszadási arány pedig már azon a képen is élesít valamennyire, hogy a CSR-tevékenységekben mennyire vállal aktív szerepet a cég. Azaz, csak átutalja a pénzt és kommunikál róla, vagy erőforrást allokálva vesz részt aktívan a szervezet munkájában. Mert ha ilyen tevékenységet végeznének, akkor a dolgozóknak muszáj ezekről tudniuk, mert sok esetben ebben részt kell venniük. Természetesen a válaszokból kiszűrtük azokat, akik azt fejtették ki, hogy náluk nincs ilyen tevékenység és nem is tudnak róla, mert ez jelen esetben most nem releváns. 20%-uk pedig teljesen más külső hírforrásból értesül, social mediából, esetleg interneten terjedő beszámolókból, PR-együttműködésekből. Ez szintén egy olyan terület, amiben sokat kellene javulniuk a hazai vállalatoknak, mert valóban kár kihagyni ezekben a lehetőségekben rejlő potenciált, és építeni vele a közösséget, a szervezeti kultúrát fejleszteni, nem mellesleg pedig a dolgozókat bevonni személyes kommunikációval.

19. ábra. Ön tisztában van munkahelyének víziójával, értékeivel?

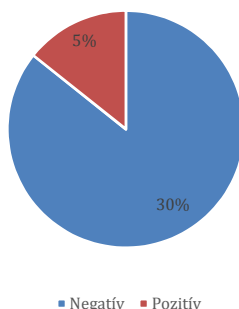


A munkahely vízióival és célkitűzéseivel tisztában lenni szintén nagyon fontos belső kommunikációs kérdés és egy nagyon fontos eleme a dolgozói összetartás növelésének, a szervezeti kultúra alakításában, hogy összekovácsolja a benne dolgozókat.

A másik jelentőségteljes jellemzője, hogy ezt csak kommunikációval lehet terjeszteni és erősíteni. Kimondottan nagy szerepe van a vezetők által képviselt kommunikációnak és a személyüknek is, hogy mennyire tudják ezeket az értékeket és víziókat átadni a beosztottaknak, a saját viselkedésük során mennyire képviselik ezeket. Alapvetően a dolgozók elsődleges találkozási pontja a vállalat értékeivel, amikor a mindennapi munkáját végezve ezeket tapasztalja, és ebben nagy szerepe van a vezetőnek. Természetesen a mindennapi munka során is találkozik vele nem csak a főnöke által, hanem hogy a vállalat hogyan viszonyul hozzá, mennyire figyel oda a dolgozó saját érdekeire. Persze a célok és a víziók nem minden esetben kell, hogy ilyen fennkölt és emberközpontú és emberbaráti legyen, ezek lehetnek csupán a vállalat sikerére korlátozódók is, de ebben az esetben is fontos ezeknek a képviselete a vezetők részéről.

A válaszadók 48%-a nemmel válaszolt erre a kérdésre, tehát nem tudná megfogalmazni, se körülírni, sem az érzések sem a tudatosság szintjén. 25%-a a kitöltőknek tudja ezeket a víziókat és értékeket, 27%-nak pedig valami homályosan megvan, esetleg érzésszinten tudja, de nem tudná megfogalmazni. Ezek után természetesen kíváncsiak voltunk arra, hogy az igennel válaszolók valóban meg tudják-e ezt fogalmazni és leírni, valamint mennyire gondolták komolyan, és mennyire akarták a negatív megrögzötéseiket megfogalmazni, ami nem a valódi vállalati vízió része.

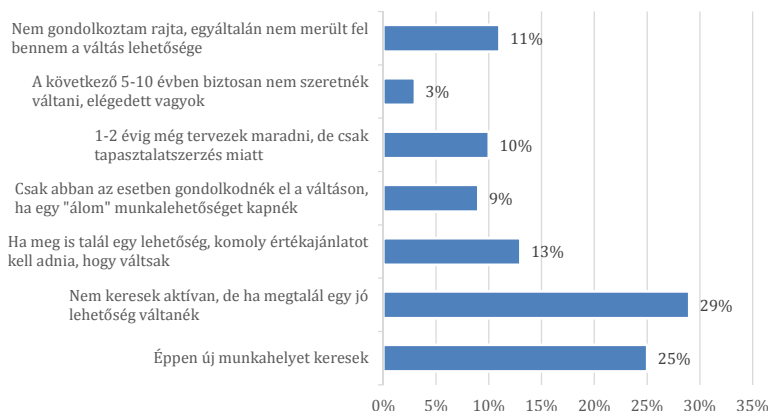
20. ábra. Amennyiben a fenti kérdésre igen a válasz, le tudna írni pár példát?



Alapvetően kevesebb válasz érkezett, mint ahányan igennel vagy „valami rémlik” lehetőségekre válaszoltak, de ezek közül is 30% negatív válasz született, több esetben akár valóban olyan jelenség, amivel olyan sokszor találkozhatott a dolgozó, hogy már vízióknak érzékelt. Ez persze a személyes sérthettségéből fakadhat, nem tartom valószínűnek, hogy ezt valóban célnak vagy vállalati vízióknak gondolja a kitöltő.

A példák többször említik a pénzt, a túlórákat, a kizsákmányolást, de a pozitív példák viszont nagyon is pozitívak, említik a zöld jövőt, a fenntarthatóságot, és az „együtt sikerülhet, erősebbek vagyunk” jeligét.

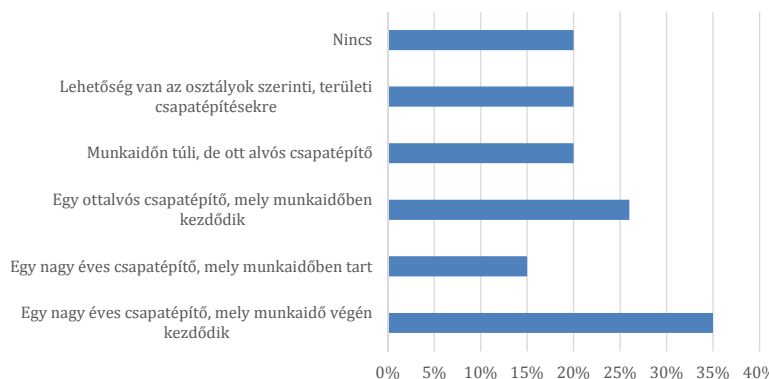
21. ábra. Mennyire tervez a munkahelyével hosszú távon?



Az elköteleződés szempontjából a másik legfontosabb kérdés, mely egyenesen megmutatja, hogy a dolgozó mennyire elkötelezett a munkahelyén a barátjának történő ajánlason túl, hogy mennyi ideig, milyen hosszú távon tervez a munkahelyével a kitöltő. Természetesen itt is nagyon sok tényező játszhat közre így a körülményeket is érdemes megvizsgálni, mert aki egy kisvárosban, megyeszékhelyen lakik és nincs más lehetősége továbblépni, akkor erre a kérdésre akkor is adhat pozitívnak tűnő választ, ha alapvetően nem elégedett vagy boldog a munkahelyén. Így a pozitív válaszoknál visszakövertük, hogy ez mennyire lehetett befolyásoló tényező a válaszoknál, de arra jutottunk, hogy nincs ilyen összefüggés, mert a bár kevés megyeszékhely kitöltő volt, de ez nem befolyásolta az erre a kérdésre adott válaszukat. Ez első ránézésre is látszik az ábráról, hiszen több a negatív válasz, mint a pozitív. A többség új munkahelyet keres jelenleg is, vagy nem kellene neki sok, hogy elpártoljon a jelenlegitől, többen csak 1–2 évet szeretnének kivárni, de csak karriercélok miatt. Összességében 11% azok, akikben egyáltalán nem merült fel a váltás lehetősége, 3%-uk pedig még 5–10 évig biztosan nem szeretne váltani és van 9% akiknek nagyon komoly értékajánlatot kell adni, hogy váltsanak.

Ezek természetesen nem rossz eredmények, de még mindig nem teljesen tiszták a körülmények, mert a kitöltők nagy része, akik a korábbi kérdésekre negatív választ adtak itt még megjelölték azt, hogy nem gondolkoznak váltáson. De ez abban az esetben is előfordulhat, ha a személy beletörődik helyzetébe. De árulkodó az az 54% akik nyitottak, sőt 19%-uk keresik is a váltás lehetőségét, ami így is több mint a kitöltők fele.

22. ábra. Mekkora hangsúly fektet a cég a csapatépítőre?



Az utolsó előtti kérdésem a csapatépítőkre vonatkozott. A csapatépítőnek nagyon nagy jelentősége van az embertömeg csapattá válásában, így ezt érdemes is lenne kihasználni a cégeknek. Másrészt ha jól sikerül a csapatépítő, az erősítheti a kötődést is a vállalathoz, hiszen a jó érzések közös megélése talán az egyik legfontosabb és legnehezebben megélhető dolog egy munkahelyen. Meglepetésemre a kitöltők 20%-ának a munkahelyén egyáltalán nincs csapatépítő. 35% pedig azt jelölte, hogy csak egy munkaidő végén kezdődő csapatépítő van. Ez viszont tényleg csak akkor lehet sikeres, ha a dolgozók között jó a kapcsolat, mert különben ki szeretne munkaidő után is közösen időt tölteni, a szabadidejükből áldozva. De ennek pont ez a hátránya is, hogy ezzel nehezebb lehet motiválni a dolgozót vagy kialakítani bennük azt az érzést, hogy ez értük van. De alapvetően a válaszokból az látszik, hogy a munkahelyek többsége már odafigyel a csapatépítőkre.

23. ábra. Milyen szavak jutnak eszébe, ha a munkahelyére gondol?



Az utolsó kérdés szintén egy szabadválaszos kérdés volt, hogy a kitöltőknek milyen szavak jutnak eszébe, ha a munkahelyükre gondolnak. A fenti szófelhőben összegyűjtöttük ezeket, gyakoriságukat tükrözi az előfordulás és a szavak mérete is. Első ránézésre látszik, hogy a negatív jelző sajnos itt is többségben van, de vannak azért pozitívak is. Az egyéni véleményezésből kiderült, hogy azok a személyek adták a legpozitívabb jelzőket, akiknek a munkahelyén van komplex belső és külső CSR is. Válaszaikból pedig egy sokkal szimpatikusabb vállalati hozzáállás és szervezeti közeg rajzolódik ki, amit azért is fontos megjegyezni, mert bár triviálisnak és kicsit gyermekdednek tűnik, de ezek a dolgozók észrevehetően sokkal jobb véleményekkel vannak a munkahelyükről, jobban érzik magukat és hosszabb távon is terveznek, nem mellesleg pedig szervezeti folyamatokba is bátrabban, szívesebben szólnak bele így nagyobb értéket képviselve a vállalat számára.

A CSR-stratégia kialakításának és fejlesztésének jelentősége a vállalatok életében

ÖSSZEFOGLALÁS

Írásunk témájának egy olyan kérdéskört választottunk, ami, egyre fontosabb szerepet kap a hazai munkaerő-piaci kutatásokban. A HR-terület, a szakajtó is egyre nagyobb figyelmet szentel neki: a dolgozói elköteleződés. De nemcsak önmagában, hanem egy másik egyre népszerűbb területtel együtt vizsgáltuk, a társadalmi felelősségvállalással azaz a CSR-al.

Régen talán még nem lett volna egyértelmű a két terület az összefüggése, de napjainkban már teljesen nyilvánvaló az új megközelítéseknek és kutatási eredményeknek köszönhetően, hogy nagyon is fontos és közvetlen kapcsolat van közöttük.

Írásunkban hipotézisünk beigazolásaként azt kutattuk, hogy vajon elkötelezettebbek-e azok a dolgozók, akiknek a munkahelyén van CSR-tevékenység?

A szakirodalmi háttér feldolgozása közben fokozatosan elérve a társadalmi felelősségvállalás és elköteleződés, dolgozói elégedettség témakörét már egyértelművé vált a hazai és többnyire nemzetközi kutatási eredményekből, hogy nemcsak a közelmúltban népszerű ez a téma. Már korábban, a 2000-es években is kiemelt területnek számított a szervezetfejlesztők, szervezetszichológusok és a HR-szakemberek kedvelt témái között. Szoros összefüggés van a CSR és az elköteleződés között, de az elköteleződés és a vállalat üzleti sikere között is.

Kutatásunkat kvantitatív kutatási módszerrel, azon belül kérdőívvel bonyolítottuk le online, így országosan elérhető volt. 100 db releváns, minőségi kitöltés született, színes lefedettséggel demográfiai és munkahelyi szempontból is, a legtöbb vizsgálni kívánt területről érkezett kitöltő.

Összességében elmondható, hogy a kitöltők jelentős százaléka negatívan vélekedik a munkahelyéről, nem tervez vele hosszú távon, és nem elégedett a belső szervezeti folyamatokkal és kommunikációval, melyek összefüggésben vannak a CSR-tevékenységekkel is. Elmondható, hogy azok a kitöltők, akik a kérdőív során pozitívabb válaszokat adtak és elégedettebbek voltak, a munkahelyükön volt CSR-tevékenység. Ebben azt az összefüggést véltük felfedezni, hogy azok a vállalatok, akik figyelmet szentelnek a megfelelő és összetett CSR-tevékenységre, ott a szervezeti kultúrára és egyéb belső kommunikációs folyamatokra is jelentősen nagyobb hangsúlyt szentelnek, megfigyelve a Maslow–piramis elméletnek.

De elmondható, hogy jelentős szemléletformálásra lenne szükség a hazai vállalatok körében, ha dolgozóikat elkötelezettnek szeretnék tudni.

JAVASLATTÉTEL

A kutatási eredményeink teljes mértékben összhangban vannak a szakirodalmi háttérrel és a fellelhető, nagy volumenű kvantitatív és kvalitatív kutatásokkal. Hazai fronton kevésbé kutatott téma, de érzékelhető, hogy az elmúlt években itthon is egyre nagyobb hangsúlyt kap. Érezhetően rossz helyzetben vannak a munkáltatók, ehhez elég csak a munkaerő-piaci áramlásokat is figyelni, informális módon történő informálódást a dolgozóktól.

Ez annyira összetett téma, hogy nagyon nehéz rá valóban hathatós javaslatot alkotni, de természetesen nem lehetetlen.

Azonban annak a jóhiszeműségnek a jegyében érdemes megközelíteni, hogy nyitottak rá a tulajdonosok és a profitorientált vállalati működést is, ha minimálisan is, de meg tudják közelíteni egy kevésbé profitorientált látásmóddal.

Javaslatunk egy határozott szemléletmódváltás, ami bár nagyon könnyűnek hangzik, de egy nagyon hosszú folyamat, hiszen olyan évtizedes rossz berögződéseket kellene megváltoztatni, amit csak nagyon finoman lehet megtenni. Másrészt fontos a vezetők ebbe vetett bizalma is, hiszen bár tőlük nagyobb erőfeszítésre van szükség, mégis az eredmény csak hosszabb távon lesz érezhető, és így nehéz fenntartani a motivációt a változásra is.

Másik szükséges lépés a továbbképzés a vezetővé előlépett dolgozók valódi vezetői kvalitásainak a fejlesztése. Egy vezetőnek pont ugyanannyira kell tudnia bánni az embereivel, támogatni, fejleszteni, motiválni őket, mint amennyire a szakmai képességei erősek. Népszerű mondás, hogy pont annyira motivált egy csapat, mint a vezetőjük, ami könnyen bizonyítást nyerhet a munkahelyünkön történő finom megfigyelésekkel. Valamint nagyon sok olyan egyéni probléma feldolgozásában segíthetnek szakemberek a vezetőknek, amik a munkahelyükön betöltött szerepét is befolyásolják. A vezetői feladatok ellátásához is nélkülözhetetlen a megfelelő önismeret.

A másik nagyon fontos lépcsőfok a szervezeti kultúra, belső kommunikáció és összességében a szervezeti kommunikáció egy stratégiai szintre történő emelése. Amennyire egyszerű feladatnak ítélik meg a felső vezetők sokszor a kommunikációt, pont annyira összetett, nehéz, és annyira elégséges nagyon sok helyen. Nem érdemes elhanyagolni, vagy a feladatot valakinek plusz feladatként odaítélni, mert az semmi képpen sem lehet előnyös. Szükség van a szakemberi támogatásra, és fontos lenne ennek tudatosítása is.

A CSR jogi szabályozásai inkább pozitívan hatnak a társadalmi felelősségvállalásra, de mindenképpen szükség van az egyedi lehetőségeknél a vizsgálatára, hogy egy kisebb vállalkozó vagy cég se kerüljön a bezárás széléhez, mert nem tud megfelelni ezeknek. Mindemellet hiányzó pont, hogy hazai fronton a belső CSR-t a jogi szabályozások nem érintik, pedig a központi, fejlődésre sarkalló iránymutatások segítenék a fejlődését. Persze nem szabad megfeledkezni arról, hogy nyomásgyakorlással sosem lesz sikeres és így nem is teljesítheti be az összes, CSR-hoz fűzött elvárásokat.

Mindannyian szeretnénk 5–10–15 év múlva olyan vállalati szektorban dolgozni, ahol alapértelmezett és teljesen elfogadott az a tény, hogy a dolgozó ugyanannyira hozzájárul a cég, a tulajdonos sikeréhez, mint fordítva. Ehhez pedig társulni fog egy sokkal emberközpontúbb, rugalmasabb, az egyéni igényeket is figyelembe vevő szervezeti környezet.



A tori bridalwear és a menyasszonyi ruhák vizuális kommunikációja 2. rész

Összefoglalás: A menyasszonyi ruhák vizuális kommunikációjában sokkal több rejtőzik, mint azt először gondolnánk. A menyasszonyi viselet lenyomata az adott kultúrának, társadalomnak, történelmi kornak és külső elvárásoknak, ezzel együtt pedig az azt viselő egyénnek is. Jelentősége nemcsak a viselője szempontjából kiemelendő, hanem abban a tekintetben is, hogy az miként jelenik meg, milyen hatást gyakorol a vizualitásra.

A menyasszonyi ruha érzelmi értéke sokkal tovább mutat annál, minthogy jól érzi magát benne a menyasszony. Viselője kényelemérzetét az határozza meg, hogy kellő magabiztossággal viseli a választott ruhát és közvetíti önmagát. A legjobb tudásunknak megfelelően, széleskörűen akartuk körbejárni és bemutatni ezt a területet és ennek a területnek a kommunikációban megjelenő összefüggéseit.

A vizuális kommunikáció az élet minden területére hatással van, jelen van az egyén életében minden nap. Véleményünk szerint a kutatás sikeresen zárult, a fent kifejtett ismeretek pedig segíthetnek abban, hogy a menyasszonyi ruhák és a tori bridalwear vizuális kommunikációja új megvilágításba kerüljenek.

Kulcsszavak: Vizuális kommunikáció, társadalmi normák, elvárások, szemiotika.

Abstract: There is much more behind the visual communication of wedding dresses than one might initially think. Bridal attire reflects the culture, society, historical era, and external expectations of the time, as well as the individual wearing it. Its significance is not only important from the wearer's perspective but also in how it appears and influences visual perception.

The emotional value of a wedding dress goes far beyond the bride simply feeling comfortable in it. The wearer's sense of comfort is determined by how confidently she carries the chosen dress and expresses herself.

* Dunaújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet, hallgató
Email: veres.viktoria1996@gmail.com

** Dunaújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet
Email: szakacsi@uniduna.hu
ORCID: 0009-0000-9369-5056

Visual communication affects all areas of life and is present daily in an individual's life. In our opinion, the research was successful, and the insights presented may help shed new light on the visual communication of wedding dresses and Tori bridalwear.

Keywords: Visual communication, social norms, expectations, semiotics.

Az első fókuszcsoporthoz interjú bemutatása

Az első interjúra 2024. március 31-én került sor. A helyszínt tekintve mérlegeltük, hogy a kutatást hol tudjuk elvégezni, ahol kevés zavaró tényező van, kívülről nem érkezik olyan inger, ami a beszélgetés menetét megakasztaná. Kellemes, általános otthoni környezetben zajlottak le az interjúk, ami a válaszadók közérzetére érezhetően jó hatással volt.

Miután előzetesen felmértük a lehetséges résztvevők válaszadói képességeit és személyiségét, a 17 megkérdezett ágensből 9 ember került ki, akik a két fókuszcsoporthoz alkották. A kutatás érdekében bontottuk a számot két részre, mert magas létszámnál nem férnénk bele az előre meghatározott időkeretbe, illetve a csoport dinamikus mozgására a minicsoporthoz jobban hatással. A jelentkezők felosztása véletlenszerű volt, csupán arra figyeltünk, hogy ne kerüljenek egy csoportba azok, szám szerint két nő, akiknek az írás egyik szerzője tervezte és készítette el a menyasszonyi ruháját. A felosztás során csak erre a tényezőre kell figyelni, hiszen a ruházat és a személy összefüggéseit azáltal is vizsgáltuk, hogy mennyire szeretnek volna a menyasszonyok egyedi ruhát viselni.

A kutatásban résztvevő személyek kora délután kezdtek el „gyülekezni” a helyszínen, a fókuszcsoporthoz interjú körülbelül délután három órákor kezdődött el. Kutatóként és egyben moderátorként azokhoz a keretekhez ragaszkodtunk, amiket előzetesen egyeztettünk a csoport tagjaival, azaz hogy mikor kell elkezdeni az érdemi, témával kapcsolatos beszélgetést és előre láthatóan mikor tervezzük azt lezárni.

Az első csoportot alkotó tagok álnevek szerint Maja, Amélia, Lili, Róza és Lujza voltak. A csoporttagok megérkezése és leültetése után a személyek komfortérzetével kapcsolatos kérdéseket tettünk fel, azaz, hogy kérnek-e inni vagy kinyissuk-e az ablakot, van-e szükségük valamire. Megkértük a csoport tagjait, hogy pár szóban ők is mutakozzanak be, mielőtt kezdenénk a beszélgetés érdemi részét a demográfiai adatokat érintő kérdésekkel. A szituációban természetesen a nők az igazi nevüket használták, álneveket csak a kutatási anyag rögzítése során kaptak.

A pár szavas bemutatkozás tartalma leginkább az volt, hogy miért vannak jelen, hogyan értesültek a kutatásról.

Ezt a csoportot életkor szerint húszas és harmincas éveikben járó nők alkották. Maja 29, Amélia 25, Lujza 30, Lili 28, Róza pedig 33 éves. Ezeknél a válaszoknál nem volt egymás szavába vágás vagy intenzív válaszadás, ugyanis meglehetősen semleges kérdésekről beszélünk. Maja, Róza, Lili megyei jogú városban élnek, Amélia és Lujza pedig városban. Legmagasabb iskolai végzettségüket tekintve vegyes volt a felhozatal, Maja és Lujza érettségivel, Amélia és Lili egyetemi képzéssel, Róza felsőoktatási szakképzéssel rendelkezik. Munkájukat tekintve Amélia és Lujza ügyintézők, Maja bolti eladó, Lili óvodapedagógus, Róza pedig sminkes. Ezeknél a kérdéseknél a válaszadók nem kerültek egymással interakcióba, mindenki türelmesen megvárta a társa pár szavas válaszát.

A demográfiai kérdések után azokra a személyes jellegű kérdésekre tereltem a szót, ahol már számítottunk a tagok közötti interakcióra. Ez be is következett, a résztvevők reagáltak egymásra, nem egyesével válaszoltak, hanem beindult a kohézió. Általánosan elmondható, hogy minden jelenlévő szeret olvasni, zenét hallgatni és filmeket, sorozatokat nézni. Ezeken belül már változatos stílus képviseltette magát, Maja például a horrorfilmek szerelmese és a country stílusú zenén kívül bármit meghallgat, addig Amélia elképzelni sem tudja, hogy ijesztő filmeket nézzen, a horrorfilmek kapcsán közöttük intenzívebb információcsere történt, mint a csoport többi tagja között. Alapvetően hasonló érdeklődési körökkel rendelkeztek ennek a csoport tagjai, ami az egy korosztályba való tartozásból is adódik, láthatóan számított az, hogy hasonló társadalmi környezetben nőttek fel. Amélia még kiemelte, hogy a fotográfia is vonzza, munkája mellett azt is gyakorolja.

A ruházkodás kérdésköréhez általános volt a válaszadóktól az a szempont, hogy mindnyájan szeretnek kényelmesen öltözködni a hétköznapiakban. Munkától és tevékenységtől függetlenül egyetértettek abban, hogy ha kényelmesen érzik magukat, az pozitív hatással van a közérzetükre. A kényelem azonban különböző stílusjegyekkel párosítva jelenhet meg, míg Amélia és Lili egyetértettek abban, hogy egyaránt jellemezhető a stílusuk elegáns és sportos szavakkal, addig Maja elmondása szerint alternatív stílust képvisel. Szereti a fűzőket, a bakancsokat, ezeken nem érzi magát kényelmetlenül, míg a többiek számára ez láthatóan elképzelhetetlen volt. A csoportkohézió ennél a kérdésnél kezdett igazán belendülni, láthatóan a résztvevők nonverbális kommunikációja is megváltozott, sokkal többet gesztikuláltak és használták a testüket a kommunikációban. Itt már érezhető volt, hogy az individuumok mennyiben különböznek egymástól. Lili még hozzátette, hogy bár ő is sportosan öltözködik a hétköznapiakban, jellemzően farmert és pólót visel, igyekszik ezt nőiesen tenni. Blúzokkal, ruhákkal, szoknyákkal ellensúlyozni a sokszor csak kényelemre törekvő öltözetét. Ezzel Róza is azonosulni tudott, két kisgyermek édesanyjaként számára is elsődleges szempont az, hogy a ruházata kényelmes legyen, de ettől függetlenül szereti a nőies, elegáns szabásvonalat. A tagok egyetértettek abban, hogy a kényelem érzete is lehet szubjektív és az egyén preferenciáitól függő. A ruházat összehatása, a praktikum és az előnyös szabásvonalak és színek minden jelenlévő szerint fontosak, ebben viszonylag nagy volt az egyetértés, Maja sokszor dönt inkább abból a szempontból, hogy szerinte vizuálisan mi néz ki jobban, minthogy a ruhája kényelmes legyen.

Véleményük szerint az éppen regnáló divat és trendek mindenkire befolyással vannak, akár tudatlanul is. Ebben nagy volt az egyetértés a hölgyek között, szerintük nincs olyan, hogy teljesen elvonatkoztatassanak attól, hogy a társadalom mit tart éppen elfogadhatónak. Lujza szerint ezt amiatt sem lehet kikerülni, mert az üzletekben eszerint lehet vásárolni, tehát olykor akaratlanul is a megszabottak szerint öltözködünk. Maja ezt annyiban egészítette ki, hogy ő valóban követi a trendeket, ami a stílusával összeegyeztethető, Róza is hasonlóképpen vélekedett. A sportcipőket emelték ki, hogy bár nagy népszerűségnek örvendenek, ők inkább bakancsokat és balerina cipőket keresnek. Amélia zárásként azt is megemlítette, hogy a jelenlévőknek a testalkata is más, és eszerint ő figyeli a molett hölgyek számára ideális ruházatot.

Ezután az esküvőt érintő vizekre tereltük a beszélgetést, ugyanis kicsit megakadt a divatirányzatokat érintő kérdéseknél, a csapat kissé megosztott lett, egymással beszélgettek a résztvevők. Viszont utólag belegondolva ez nem volt gond, sőt, jó volt látni, hogy a meghívottak jól tudnak együttműködni. Tehát belekezdünk az esküvőt érintő területek kérdésköreibe, először abba, hogy mikor volt vagy lesz a nagy napjuk. Róza menyegzője volt a legrégebben, 2016-ban kötötte össze életét a férjével. Lujza 2020-ban, Amélia 2022-ben esküdtek, Lili és Maja idén nyáron mennek férjhez. Az akkor népszerű fazonokat mindegyikük szem előtt tartotta, a végső döntésüket az hozta meg, hogy a testalkatukhoz melyik volt a legjobban illő.

Az anyagiak kérdésköre is meghatározó volt a döntés során, mindenki a maga kereteihez belül igazította ezt, ezekre a keretekre nem tértünk ki a beszélgetés során. Lujza boltban vásárolta a ruháját, a többi válaszó bérelt, kivéve Maját. A bérelt ruha nagy előnyének tartották azt, hogy bár érzelmileg nagyon kötődtek hozzá és szívesen magukénak tudták volna, vissza tudták vinni a menyasszonyi ruhát. Mindhárman egyetértettek abban, hogy hosszú távon nehéz lett volna elhelyezni a ruhát, illetve kiemelték azt is, hogy bizonyára másnak is hasonló örömet okoz majd. Maja esetében pedig megérkeztünk a tori bridalwear márkához. Formabontó darab, semmi megszokott és hagyományos nem volt benne, ugyanis a hölgy kérésének megfelelően egy tépett hatású, kétrészes, csipkéből és tüllből készülő darabról beszélünk, aminek a színei a púder rózsaszín és a fekete. A többi résztvevő erre vegyesen reagált, Lujza például elképzelhetetlennek tartja, hogy egy ilyen viselet menyasszonyi viselet legyen. Ezt nem sértő hangnemben tette, de a többiek finomabban fejezték ki a rácsodálkozásukat. Maja elmesélte, mivel extrém kívánságai voltak, hagyományos üzletben nem is szeretett volna próbálkozni. Láta a korábban elkészített ruhákat, és úgy érezte, hogy a koncepcióját meg tudja valósítani a márka. Ezentúl olyan ruhát akart készíttetni, ami funkcióját tekintve sokrétű, a későbbiekben is szeretné viselni azt. A ruhájában olyan visszatérő elemek vannak, amiket korábban már használtunk a ruhák megalkotása során, ilyen például a korzett felső és a csipkehasználat. Minden jelenlévő egyetértett abban, hogy a megfelelő fazon megtalálása volt a legnehezebb, amiben komfortosan és jól tudták magukat érezni.

A menyasszonyi kiegészítőket bár fontosnak tartották, mindegyiküknek más-más szempont határozta meg, hogy végül mit viseltek. Legfőképpen az volt döntő, hogy a ruha stílusához illő kiegészítőket viseljenek. A fátyol minden jelenlévő menyasszony viseletében megjelent, bár Maja viccesen hozzátette, hogy természetesen az sem fehér lesz. Az ékszerek hangsúlyossága egyiküknek sem volt fontos, de Lili felhívta a figyelmünket, hogy a cipőt ne felejtjük ki a felsorolásból. Szerinte egy kényelmetlen cipő az egész nagy napot tönkre tudja tenni, és bár neki sikerült esztétikus darabot választania, megérti azokat, akiknek a ruha alól egy tornacipő látszik ki. A három hölgy, akiknek már megvolt az esküvőjük, ezt teljességgel alátámasztották, Róza elmesélése szerint ő váltócipővel is készült, amit a szertartást követően fel is vett.

Azon a kérdésen, ami azt érintette, hogy a kívülág számára vagy az önmaguk felé támasztott elvárásoknak akartak-e megfelelni a személyek, láthatóan röviden elgondolkoztatta a jelenlévőket. Maja azzal kezdte, hogy a már megemlített ruhájából kifolyólag ő kizárólag egyéni preferenciák alapján választott, mások véleménye nem befolyásolta. Améliának azonban figyelnie kellett arra, hogy a templomi szertartásra is megfelelő legyen az öltözete, ezért az ott elvártak is befolyásolták a választását. Abban minden résztvevő egyetértett, hogy a végső választásuk az a ruha volt, amiben ők maguk a legszebbnek ítélték magukat. A ruhapróbák során az őket kísérők reakciójára és véleményére ugyan adtak, meghallgatták azokat, de mind az ötüknek az volt a leglényegesebb, hogy mit érzene, amikor a tükörbe néznek. A külső hatások eszerint egyik résztvevő döntését sem alakították olyan mértékben, hogy a menyasszonyi ruhájukban ne érezték volna önazonosnak és a személyiségüket kifejezően magukat. Ennélfogva egyöntetűen azt gondolják, hogy a menyasszonyi ruha teljes mértékben képes tükrözni a viselője személyiségét és kiegészíteni azt, hogy mit kíván magából megmutatni. Lujza szerint nem a ruha teszi igazán az embert, hanem a ruha kiegészíti az egyén személyiségét, ez a tényező a nagy nap során még fontosabbá válik a menyasszonyok számára.

Záró kérdésben pedig megkértük a résztvevőket, hogy őszintén válaszoljanak arra, hogy önazonosnak, a személyiségüknek megfelelően választották ki a menyasszonyi ruhájukat. Tulajdonképpen a csoportdinamika és a résztvevők kohéziója ekkora már nagyon kellemesen alakul, a jelenlévők érezhetően őszinte és kifejező válaszokat adtak mindvégig, ez a záró kérdésnél sem volt másképpen. A csoport tagjai közül senki sem mondta, hogy szívesebben viselt volna más ruhát, mint azt, amit végül kiválasztott. Maja és Lili is biztosak abban, hogy visszagondolva ők sem fogják megmásítani a döntésüket a ruhájukkal kapcsolatban, Róza, Amélia és Lujza pedig mindhárman úgy gondolják, hogy az esküvőjük napján a viseletüknek a vizuális megjelenése sikeresen tükrözte azt, amit mutatni kívántak magukból. A csoportban jelenlévők mindannyian önazonosnak érezték magukat a menyasszonyi ruhájukban.

Moderátorként ezt a fókuszcsoportos interjút azzal zártuk le, hogy megköszöntük a részvételüket és hogy időt szakítottak arra, hogy támogassák az írás megvalósítását.

A második fókuszcsoporthoz tartozó interjú bemutatása

A második fókuszcsoporthoz tartozó interjúnál az előkészületek abban a tekintetben rövidültek le, hogy a jelentkezők kiválasztása már megtörtént, illetve a kérdéseket és a kulcsszavakat is meghatározzuk az első kutatás során. Az első interjúból adódó tapasztalataink miatt a kérdéseken nem változtattunk, úgy gondoltuk, hogy a válaszadók ezekkel teljes mértékben ismertetni tudták az álláspontjukat. Ahogyan a korábbi interjúnál, a második fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálat esetén is a helyszín mérlegelésre került abban a tekintetben, hogy interjún kívül megkérdeztük a résztvevőket, hogy megfelel-e, ha ezt a beszélgetést is az előző helyszínen tartjuk. Ennek a fókuszcsoporthoz tartozó interjúnak a megszervezése nehezebb volt, mint az előzőé, ugyanis az egyik résztvevő másik városban dolgozik és csak kéthetente látogat a lakhelyünkre.

Emiatt felvetült az, hogy a beszélgetést nem személyesen, hanem online, videohívás keretein belül bonyolítjuk le, azonban szerencsére sikerült olyan dátumot találni, ami számára is kényelmes volt. A második interjút 2024. április 20-án ejtettük meg, ekkor a délelőtti órákra tűztük ki a kezdést.

A kutatás szintén álnévvel került feldolgozásra, a hölgyek, akik a segítségemre voltak, a következő álnévvel kapták, amelyekkel a későbbiekben azonosítani tudom őket, az alábbiak: Cecília, Réka, Panna és Franciska. A beszélgetés hasonló körülményekkel kezdődött, mint az azt megelőző. A kitűzött kezdési időpont délelőtt 11 óra volt, az egyének a kötött interjú előtt körülbelül negyed órával érkeztek meg. Ezen a napon is hasonlóképpen jártunk el, mint az első beszélgetés során.

Amikor a kötött beszélgetést megkezdjük, ismertettük az interjú célját, a hipotézis. Megkértük az ágeneket, hogy demográfiai információk nélkül mutakozzanak be pár szóban, ismertettük velük azt, hogy mindannyian álnévvel fognak szerepelni a kutatási részben. A kérdéseket bár eltérő megfogalmazással, tartalmilag azonos jelentéssel tettük fel ez alatt a fókuszcsoporthoz tartozó interjú alatt az előzőhöz viszonyítva, így a két csoport érintett témái lényegében megegyeztek.

A kérdések tehát hasonló módon és sorrendben kerültek feltevésre. A résztvevők életkorát tekintve a legfiatalabb szereplő és a legidősebb között nagy volt az életkorbeli különbség. Ebben a csoportban mindenképpen szeretnénk volna egy olyan egyén véleményét is kikérni, aki a többiekhez képest jóval idősebb. Így ebben az interjúban az életkor a következőképpen alakult: Cecília 23, Réka 27, Panna 26, Franciska pedig 55 éves. Lakhelyüket tekintve az összes résztvevő megyei jogú városban él, a legmagasabb iskolai végzettségüket tekintve azonban akadtak különbségek. Cecília és Franciska szakképzéssel rendelkeznek, Réka felsőoktatási szakképzésben vett részt, Panna pedig egyetemen szerezte meg a diplomáját. A hölgyek munkaköre igencsak elterjedt volt, ezek azonban tükrözték tanulmányaikat és azoknak az eredményeit. Cecília jelenleg alkalmazottként dolgozik egy cukrászdában, mellette pedig éppen a vendégkörét építi fel a műkörmös vállalkozásához. Réka egy nemzetközi cégnél dolgozik, mint fejlesztési asszisztens, Panna pedig egy általános iskolában tevékenykedik tanítónaként, jelenleg a pedagógusi minősítését végzi.

Az érdeklődési körök ismertetésénél igazán szerteágazó területekkel találkozunk. A könnyűzene, élőzene és a filmek iránti érdeklődés mind a négy résztvevő számára kedvelt területek, azonban ezen belül is akadtak különbségek. Panna több hangszert is képes megszólaltatni, énekel és rajong a különböző kultúrák népzeneje iránt az egyéb, köztudatban lévő zeneműfajok mellett. Foglalkoztatja a művészettörténet, a művészeti irányzatok és mindemellett fest és rajzol. A rajzolás Réka életében is intenzíven jelen van, a kedvenc kikapcsolódási formája. Nagyon sokat olvas, műfaját tekintve a fantasy és romantikus regényeket kedveli. Évek óta követi a keleti, azon belül is a japán és dél-koreai kultúrát, beleértve az animációs filmeket és a zenét. Barátnőjével rendszeresen töltenek fel táncos videókat a közösségi médiába, ez a mozgásforma a kedvence. Cecília munkájából kifolyólag is a cukrászat és a deszsztvilág iránt érdeklődik, szereti a hivatását. Ezen belül megosztotta a jelenlévőkkel, hogy nagyon szereti a techno zenét. Franciska érdeklődési körei és kikapcsolási tevékenységei közé a mozi- és színházlátogatás tartoznak, emellett szeret időt tölteni a természetben és kerékpározni. Nem titok, hogy ezt a csoportot alkotó személyek behatóan nem is, de korábról már ismerték egymást, így az első benyomásuk a másiktól nem ebben a szituációban született meg, azonban az első szóváltások igen.

A jelenlévők arra a kérdésre, hogy milyen viseletet részesítenek előnyben a hétköznapiak során, merően hasonló válasszal szolgáltak. Mindannyian kiemelték, hogy fontos számukra a kényelem, de egyáltalán nem mellékes az, hogy összességében milyen hatást keltenek. Mind a négy jelenlévő hölgy szerint lényeges, hogy öltözetük szabása illeszkedjen a testalkatukhoz, nőies és finom vonalak is fellelhetők legyenek még egy sportcipős összeállítás esetében is. Panna hozta fel először azt, hogy az egyén testalkata mennyire meghatározó abban, hogy mi mutat előnyösen. Magas és vékony testalkatú, ehhez mértem kell választania, amikor vásárol. Ebben a csoport többi tagja is egyetértett, ők abból a szempontból érzik ennek a súlyát, hogy mindhárman molett alkattal rendelkeznek.

A második interjúban is ez volt az a pont, ahol a trend- és a divatkövetési szokásokra kérdeztünk rá. A jelenlévők ugyan figyelik azt, hogy mit kiált ki a közvélemény aktuális divatnak, ezzel a tényezővel nem foglalkoznak, amikor ruhát választanak maguknak. Határozott elképzeléseik vannak arról, hogy mi áll jól nekik és mikben érzik magukat komfortosan, így a válaszaik hasonszörűek voltak. Franciska az életkorából adódóan sem követi a mai trendeket, szerinte az inkább a húszas években járókat célozza meg, de van, hogy a még fiatalabbakat, ilyen például a nagy hódító, a sneaker-kultúra [37].

[37] Lenzser Olivér (2023): Több százezer forintot is költenek rá a fiatalok, de miért és miből? *Index.hu*. <https://index.hu/kultur/2023/09/28/sneaker-cipo-le-po-trend-divat-mar-hype-fiatalok/> Letöltve: 2024. 05. 08.

Emellet úgy érzi, ha kifejezetten az ő korosztályának szánt ruhák közül válogatna, akkor nem jó értelemben vett „mamás” megjelenése lenne. A többiek ezt megértik, édesanyjuk hasonlóan vélekedik. Franciska szerint sokaknak van kialakult ízlésvilága, amin nem biztos, hogy a külső hatások befolyásoló erővel lesznek. Panna is ezt vallja, az általa preferált stílus ritkán köszön neki vissza az üzletekben, emiatt is előnyben részesíti a másodkézből szerzett darabokat. Réka még azt tette hozzá a kérdésblokk végén, hogy figyeli a trendeket, de inkább azokat, amik a japán és koreai kultúrában jelennek meg, ezek meghatározták a mára kialakult stílusát.

Az esküvőt érintő kérdésekhez érkeztek arra kértem a jelenlévőket, hogy osszák meg a csoport többi tagjával, hogy mikor esküdtek meg. Franciskának idestova 30 éve volt az esküvője, Réka és Panna 2023-ban kötötték össze az életüket a férjeikkel. Cecília élménye a legfrissebb, az ő esküvője ugyanis április 13-án, azaz az interjú előtt egy héttel volt. Franciska nagy napjához viszonyítva a menyasszonyi divat napjainkra elég nagy fordulatot vett, ha megnézünk pár régi fényképet vagy magazint ebben a témában. Felidézte és megmutatta a tagok számára azt, hogy mik voltak a divatosnak számító darabok és azt, hogy miben ment férjhez. Itt a beszélgetés eltért a kötöttől és a tervezettől, ugyanis szakmabeliként betekintést nyújtott abba, hogy mennyire megváltozott az általános igény a menyasszonyi viseletben. Kiemelte, hogy ezektől függetlenül a kínálat és az igények mindig is szerteágazó volt, általános következtetést is le tudott vonni, hogy mi volt a legtöbbször keresett stílus akkor és napjainkban. A ’90-es években hódítottak a nehéz, fényes szaténból készült menyasszonyi ruhák, amik jellemzően puffos ujjal és gyöngydíszítéssel rendelkeztek, alattuk nagy merevítővel ellátott szoknya volt.

Ma a legtöbbször keresett ruhák azok, amik könnyedek, abroncs nélküliek, áttört csipkével és vékony pánttal készülnek. Ettől függetlenül az egyéni igények természetesen változók, de ha általánosan és átfogóan nézi meg az igényeket, menyasszonyi ruha szalon dolgozójaként ezt a tapasztalatot tudja megosztani. A beszélgetés ennél a résznél kibillent a dinamikából, de látszólag a másik három résztvevőt nagyon érdekelték a hallottak, a figyelmük felerősödött.

Franciska nem szatén, hanem úgynevezett plisszírozott, nagyon vékony szatén és organza ruhában ment férjhez, így az aktuális trend nem mért rá akkora hatást. Réka először letisztult, fehér ruhát szeretett volna, azonban végül egy nagyon világos rózsaszín, tüllből és csipkéből készült darabot választott, aminek nagy szoknyája és uszálya volt, emellett kövekkel volt díszítve. Panna ragaszkodott hozzá, hogy hófehér ruhája legyen, ami könnyed, puha tüllből és csipkéből állt. Hozzátette, hogy a viseletében arra ügyelnie kellett, hogy a templomi szertartáshoz is illő legyen, bár egyébként sem döntött volna kihívó ruha mellett. Cecília szintén a ragyogó fehér szín mellett döntött, ami matt szaténból készült. Válaszaik alapján azt a következtetést sikerült levonni, hogy nem volt rájuk nagy befolyással az aktuális, trendinek kikiáltott menyasszonyi viselet, sokkal inkább belső intuícióik alapján választottak.

7. ábra. Menyasszonyi ruha a '90-es évekből [38]



[38] Kiss Krisztina (2018): Ilyen esküvői ruhában mentek férjhez a '90-es években – nem hiszel a szemednek. *Retikül.blog.hu*. https://retikul.blog.hu/2018/08/06/ilyen_eskuvoi_ruhaban_mentek_ferjhez_a_90es_evekben_nem_hiszel_a_szemednek#galleri-1523634184_3 [Letöltve: 2024. 05. 08.]

A kiegészítők tekintetében hasonlóan vélekedtek. Franciskán fátyol helyett fejdísz volt, Réka és Panna viszont a ruha stílusával megegyező fátylat viseltek. Panna részére azért is volt lényeges a fátyol, mert a már említett templomi szertartás alatt takarni szeretne volna a ruha kivágott hátát.

Cecília ezzel szemben egy különleges, hosszú ujjú kiskabátot viselt. Az ékszerek jelenlétét minannyian másodlagosnak gondolják. A beszélgetés és a reakciók visszatértek a tervezetthez, a jelenlévők sorjában, egymás szavát megvárva válaszoltak a kérdésekre, de az egymásra adott reakció megmaradt.

Döntésüket azonban befolyásolta azt, hogy fizikálisan hogyan érezték magukat a menyasszonyi ruhában. Mint ahogyan azt már a korábbi interjú során, a jelen esetben is kiemelték, hogy a kényelem fontos szempont volt, ami mindenki számára szubjektív. Nem szerettek volna feszengeni a nagy napjuk során, így a ruha vizuális adottságai mellett a fiziológiai, szabást illető tulajdonságokat is szem előtt tartották.

A második fókuszcsoportos interjú tagjai közül csak Rékának volt bérelt ruhája. Nem is tervezte, hogy vásárol vagy készített ruhát, úgy tartotta praktikusnak, hogy visszajuttatja a bérleményt az üzlet számára. Franciska a szakmájából és a munkahelyéből adódóan magának készítette a ruháját, ami aztán még évekig a ruhaszalon kollekcióját bővítette. Így járt el Cecília is, ugyanis cukrász végzettsége mellett ő is női szabónak tanult, és maga varrta meg a ruháját. Mindenképpen saját, egyedi tervezésű ruhát szeretett volna, ami a keze munkáját dicséri.

Elmondása szerint előzetesen ellátogatott üzletekbe annak érdekében, hogy megtalálja az ideális fazon, amiből a tervezés során kiindulhat. A válaszáda alatt érzelmekkel telve meséli el, hogy minden elképzelésének és elvárásának megfelelt a ruha, ami neki készült. A csoport tagjainak a nonverbális kommunikációjából azt szűrtem le, hogy Panna szavai őket is megérintették. Az ő ruhája is tükrözi a tori bridalwear szemléletét, hiszen visszatérő elemei a csipke és a tüll anyagok használata és a merész hátkivágás alkalmazása.

A következő kérdés: mit gondolnak a menyasszonyi viselet és az önazonosság kapcsolatáról. Elmondásuk szerint egyikőjük sem a külvilág elvárásainak, sokkal inkább a saját elképzeléseiknek akartak megfelelni a ruhaválasztás során. Az önazonosság ennél a csoportnál azért volt egyértelműbb, mint a korábbinál, mert négyből három személynek egyedi tervezésű és készítésű, saját elképzelések alapján megvalósított menyasszonyi ruhája volt.

Az interjú zárásaként feltettük azt a kérdést, hogy mit gondolnak arról, hogy a menyasszonyi ruha képes-e tükrözni a viselője személyiségét. Mindenki meglepődésére egyetlen személy válaszolta azt, hogy nem, nem mindig tükrözi, és ez a személy Franciska volt. Mind meglepődtünk ezen, szakmabeliként, két évtizedes tapasztalattal viszont úgy látja, hogy nem mindig igazodik a menyasszony mindennapos viseletéhez vagy személyiségéhez a ruha. Számtalanszor érte meglepetés, amikor a korábbi elképzeléssel ellentétes döntést hozott a menyasszony, itt Rékát is felelmeleti. Sokszor a rejtett vágyak kerülnek a ruhaválasztásnál előtérbe, ami nem minden esetben tükrözi a személy hétköznapi mivoltát. Úgy véli, hogy ez a nők számára egy olyan új szituáció, ahol sokszor a hirtelen, impulzus vezérelte döntés lesz a végleges.

Ennél a csoportnál az elsőhöz képest a hangulat sokkal kötetlenebb volt, ami a személyek nonverbális és verbális kommunikációjában is érzékelhető volt. A szóhasználatuk lazább, a formális helyzettől mentes volt, láthatóan jócskán kényelmesebb pozíciókban ültek, ténylegesen biztonságos közegben érezve magukat. Ez bizonyára annak köszönhető, hogy korábban már volt a jelenlévők között interakció, mivel több, mivel kevesebb.

A kutatás értékelése és összegzése

A KUTATÁS ÉRTÉKELÉSE

„Feltevésem szerint a menyasszonyi ruha választásánál nem csak az egyén fizikai jellemzői meghatározóak, hanem az is, milyen érdeklődési körökkel rendelkezik, ezentúl hogy milyen viseletet részesít előnyben a hétköznapiakban. Emellett érdemi szempont lehet, hogy mikor volt menyasszony, azaz hogy a regnáló divat és trendek befolyásolták-e a döntését a ruha kiválasztásában.”

A fenti hipotézist állítottuk fel, aminek megfelelőségét fókuszcsoportos interjú keretein belül vizsgáltuk. A feltételezés két komponensből állt, az egyik a kutatás szerint alátámasztásra, a másik viszont cáfolatra került. Az interjúkban elhangzottak alapján azt a következtetést tudjuk levonni és ismertetni, hogy az individuum személye, egyéni preferenciái és nézőpontjai meghatározzák azt, hogy milyen menyasszonyi viseletet választ magának. A vizualitás, a személy vizuális kommunikációja a kutatásban résztvevők nyilatkozatai alapján felerősödik, viseletükkel képviselni akarják mindazt, amit önmagukról gondolnak, elsősorban önmaguknak akarnak megfelelni, a külvilág felé való megfelelés igénye háttérbe szorul. Azonban az állítás azon része, hogy az aktuális menyasszonyi divat mérhető befolyással bír az árak számára, nem igazolódott be. Kétségtelen, hogy a kultúra, a társadalom által kialakított norma formálja az ízlést a menyasszonyi ruházat területén is, az egyének számára nem mér lényeges hatást. Számít, hogy az esküvőjük mikor volt abból a szempontból, hogy milyen irányzatok és formák vannak jelen a viseletben.

A kutatásba bevont 9 személy mindegyikének az volt a mérvadó, hogy milyen saját elképzeléssel rendelkeznek, az aktuális trendek követésének szándéka nem volt jelen a döntésük során.

A kutatás azt a célt szolgálta, hogy jobban megértsük, megértsem a vizuális kommunikáció, az öltözködés és az individuum kapcsolatát. Gyakorlati célja abban rejthető, hogy más megvilágításba tudjuk helyezni azt, hogy mi szerint döntünk, amikor felöltözünk. Mi szerint dönt egy ruhatervező akkor, amikor megalkot valamit, mire törekszik, milyen üzenetet akar átadni a külvilág számára. Ezzel együtt pedig a ruhát viselő személy milyen többletjelentéssel látja el azt, hogyan alakul ő a ruhához, hogyan alakul a ruha hozzá. Célunk volt továbbá, hogy ismertessük a tori bridalwear mögött megbújó motivációt és gondolatokat, bemutassuk, hogy az elkészült ruhák vizuális megjelenésével mit akar közvetíteni a külvilág részére.

A menyasszonyi ruha kiválasztása nem csupán egy ruha kiválasztásáról szól, hanem egy mélyebb, szimbolikus cselekedetről is, ami összefonódik az individuummal, identitásával és önkifejezésével. A ruha nem csupán esztétikai funkciót tölt be, de hordozza az esküvő hangulatát, a menyasszony személyiségét, álmait és vágyait. A menyasszonyi ruha kiválasztása lehetőséget ad a viselőjének arra, hogy kifejezze egyediségét és stílusát. A ruha stílusa, színe, anyaga és díszítése mind tükrözhetik a menyasszony személyiségét, ízlését és értékrendjét. A ruha lehet klasszikus és elegáns, modern és merész, bohém és romantikus, vagy bármilyen más stílusú, amit az individuum leginkább a magáénak érez. Az identitás fizikai formát ölt a menyasszonyi viseletben, vizuális kommunikációja pedig mesél a külvilág számára arról, hogy a menyasszony mit akar megosztani magáról, milyen elképzelésekkel rendelkezik.

A menyasszonyi ruha gyakran a kislánykori álmok megtestesülése is. Sokan már gyermekkoruk óta elképzelik, hogy milyen ruhát fognak viselni az esküvőjükön. A tökéletes ruha megtalálása egy álom beteljesülése lehet a menyasszony számára, ez a nagy nap hangulatát alapjaiban képes meghatározni. Ez a hosszú vágyakozási idő, majd a vágyak beteljesülése hozhat magával egy olyan megfelelést, ami az egyén saját maga iránt támaszt. A menyasszonyok hűek akarnak maradni az elképzeléseikhez, ami a személyiségük fejlődésével alakult.

A menyasszonyi ruha kiválasztásánál látszólag nem befolyásoló tényező az, hogy mi az éppen kikiáltott legdivatosabb és legnépszerűbb fazon, forma, szín vagy díszítés. Természetesen van egy irányvonal, amiből az egyén választani tud, főleg bérelt ruhák esetén, de azok közül is az kerül ki győztesnek, amit a menyasszony a leginkább magáénak érez, a belső világával megegyezik. Az egyedileg tervezett ruhák esetében pedig ténylegesen csak a képzelet szabhat határt, ilyen esetekben a „mintha rá öntötték volna” kifejezés az, ami igazán szemléltetni képes a helyzetet.

Az identitás megjelenik a menyasszonyi ruha vizuális kommunikációjával, benne van az a készítés, hogy az azt viselő személy a magához mért legjobb és legpontosabb képet tudja kialakítani önmagáról. A ruhát viselő hölgy választása tehát nem azon áll vagy bukik, hogy milyen szinten akar illeszkedni azokhoz az elvárásokhoz, amit külsőleg támasztanak az irányába. Itt háttérbe szorul mindez, és bár az ágens a hétköznapi során legtöbbször törekszik arra, hogy társadalmilag és kulturálisan elfogadott külsővel, kinézettel rendelkezzen, ez az esküvő folyamán csak mérsékelten fellelhető. A megfelelési szándék elsősorban a belső vágyakról szól, a felnőtt nőéről és a kislányéről is, aki fantáziált a nagy szerelemről és az eljövendő menyegzőről. A menyasszonyi ruha egy olyan jelhordozó eszköz, ami tükrözni képes a nők önmagukhoz való viszonyát, a társadalmi és a kulturális hovatartozásával kiegészítve. Az esküvői kellékek legemblematikusabb és legemlékezetesebb jelképe, amit a viselője tölt meg érzelmi értékkel, és örök emlék marad.

A megkérdezett kilenc hölgy személyisége merően különbözött egymástól, ahogyan sok esetben nézeteik és érdeklődési köreik is, közös pont volt mindegyikükben az, hogy a ruha kiválasztása során majdnem minden tényező háttérbe szorult és tisztán csak az a vágy maradt meg, hogy a menyasszonyi ruhájukat felöltve a tükörből az a nő nézzen vissza rájuk, aki megfelel az identitásuknak. A menyasszony elsődleges célja az, hogy az önmaga felé támasztott elvárásoknak és elképzeléseknek eleget tegyen, a ruha kiválasztása érdekes és érzelmes önismereti utazás, ami által jobban megismerheti a vágyait és ezzel együtt ez a rituálé segítheti a házasságra való felkészülést, annak méltó megkezdését is. A fókuszcsoporthoz tartozó interjú résztvevői nem aggódtak amiatt, hogy esküvői megjelenésük nem illeszkedik majd az aktuális trendek sorába, ahogyan azon sem, hogy mások számára mennyire lesz szerethető a viseletük.

A KUTATÁS ÖSSZEGZÉSE

Összegezve a kutatás sikerült megfelelően ismertetni, hogy a menyasszonyi ruhák vizuális kommunikációjában sokkal több rejtőzik, mint az először gondolnánk. A menyasszonyi viselet lenyomata az adott kultúrának, társadalomnak, történelmi kornak és külső elvárásoknak, ezzel együtt pedig az azt viselő egyénnek is. Jelentősége nemcsak a viselője szempontjából kiemelendő, hanem abban a tekintetben is, hogy az miként jelenik meg, milyen hatást gyakorol a vizualitásra.

A menyasszonyi ruha érzelmi értéke sokkal tovább mutat annál, minthogy jól érzi magát benne a menyasszony. Ez sem elhanyagolható szempont, de a komfortosság nem csupán azt hivatott leírni, hogy kényelmes-e benne mozogni vagy sem. A menyasszony kényelemérzete abban is rejlik, hogy magabiztosan, identitásának valóját teljesen megélve vesz részt a nagy napon. Kényelemérzetét az határozza meg, hogy kellő magabiztossággal viseli a választott ruhát és közvetíti önmagát.

Galéria

Németh István Péter (Torzók)















