XXII. évfolyam, 140. szám

2019/3

Közgazdász Fórum

Forum on Economics and Business

UNIVERSITATEA BABEŞ-BOLYAI
BABEŞ-BOLYAI TUDOMÁNYEGYETEM
BABEŞ-BOLYAI UNIVERSITÄT
TRADITIO ET EXCELLENTIA

ROMÁNIAI MAGYAR KÖZGAZDÁSZ TÁRSASÁG

PARTIUMI KERESZTÉNY EGYETEM

A tartalomból:

3. **Kozák Anita – Sönperger Richárd**
Támogató munkahelyi kultúra a dolgozói önértékelés szolgálatában

25. **Seer László – Vizeli Ibolya**
A mesterséges intelligencia alapú digitális asszisztensek elfogadását befolyásoló tényezők

59. **Králik Lóránd-István**
Az érmelléki és Berettyó-vidéki önkormányzatok finanszírozása és gazdasági autonómiája

A kiadvány megjelenését a Magyar Tudományos Akadémia támogatta.

Kiadja a



Romániai Magyar Közgazdász Társaság
Aurel Suciu utca 12. szám
400440 Kolozsvár/Cluj-Napoca
tel./fax: + 40 (0) 264-431-488
email: office@rmkt.ro
honlap: www.rmkt.ro

Főszerkesztő: Kerekes Kinga
Főszerkesztő-helyettes: Alt Mónika Anetta
Szerkesztőbizottság: Bélyácz Iván, Benedek József, Berács József, Cardoș Ildikó Réka, Dézsi-Benyovszki Annamária, Fekete Szilveszter, Andrew Fieldsend, Fogarasi József, Györfy Lehel-Zoltán, Juhász Jácint, Kovács Gyöngyvér Emese, Kovács Levente, Králik Lóránd István, Molnár Judit, Nagy Ágnes, Nagy Bálint Zsolt, Pete István, Poór József, Săplăcan Zsuzsa, Vatroslav Škare, Somai József (alapító főszerkesztő), Szabó Tünde Petra, Szász Erzsébet, Szász Levente, Száz János, Szilágyi Ferenc, Török Ádám, Vincze Mária

Felelős kiadó: Tamás Réka
Nyelvi lektor: Szenkovics Enikő
Számítógépes tördelés: Balázs Bence

Közgazdász Fórum
Forum on Economics and Business
22(140), 3–24.
2019/3

Higher employee self-esteem by supportive workplace culture

ANITA KOZÁK – RICHÁRD SÖNPERGER

The self-image of an individual is formed by the interactions with the environment. Researchers most often emphasise the significant effects of family relationships and those of the educational institutions on one's self-esteem. After entering the labour market, people spend most of their time in organisations. Therefore, the workplace's atmosphere, the way of operation and the experiences lived there may also influence one's self-esteem. The aim of this paper is to reveal whether the organisational culture of the workplace and the individual's self-esteem are statistically related. In order to achieve this aim, the authors performed questionnaire-based interviews. To devise the measurement tool, the authors used Quinn's Competing Values Model, Rosenberg's Self-Esteem Scale, the General Self-Efficacy Scale, Pearlin's Self-Mastery Scale and the Big Five Personality Model. Based on the responses of 234 employees, it can be stated that employees working in clan-type organisations are more likely to have higher self-esteem. The research shows correlation between adhocratic organisational culture and employees' self-efficacy. All these point out that not only the family relationships, the school communities or the teachers' feedbacks affect the individual's self-image, but also the workplace environment. Thus, by creating a friendly environment which encourages personal achievements, the employers may preserve their employees' mental health, improve their self-esteem and self-efficacy.

Keywords: organisational behaviour, organisational culture, Quinn's Competing Values Framework Model, employee's self-esteem.

JEL codes: M12, M14.

Kiadó: Romániai Magyar Közgazdász Társaság és a Babeş–Bolyai Tudományegyetem
Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának Magyar Intézete
ISSN: 1582-1986 www.econ.ubbcluj.ro/kozgazdaszforum

Támogató munkahelyi kultúra a dolgozói önértékelés szolgálatában

KOZÁK ANITA[1] – SÖNPERGER RICHÁRD[2]

Az egyén önmagáról kialakított képe a környezetével való interakciók hatására formálódik. A kutatók leginkább a családi kapcsolatok és az oktatási intézmények önértékelésre gyakorolt hatására hívják fel a figyelmet, a munkaerőpiacra való belépésünket követően azonban új szervezeti keretek között töltjük hétköznapjainkat, így munkahelyünk légköre és működési rendje, az ott átélt tapasztalatok és impulzusok (pl. a szocializációs folyamat) is befolyásolhatják önmagunk megítélését. A tanulmány célja ezért annak feltárása, hogy a munkahely szervezeti kultúrája és a munkavállalók egyéni önértékelése között van-e statisztikailag kimutatható kapcsolat. Ennek érdekében a szerzők kérdőíves megkérdezést alkalmaztak, a mérőeszköz kialakításához a Quinn-féle versengő értékek modellt, a Rosenberg Önértékelés Skálát, az Általános Énhatékonyság-mérő Skálát, a Pearlin Önellenőrzés Skálát és a Big Five Személyiségmodell neuroticizmusra vonatkozó részét használták fel. A 234 megkérdezett dolgozó válaszai alapján megállapítható, hogy azok a munkavállalók, akiknek a munkahelyére jellemző a klán típusú szervezeti kultúra, nagyobb eséllyel rendelkeznek magasabb önbecsüléssel. A vizsgálatok tanulsága szerint szintén összefüggés mutatható ki az adhokrácia szervezeti kultúra és a dolgozók énhatékonysága között, azok a dolgozók ugyanis, akiknek a munkahelyére ez a szervezeti kultúra jellemző, nagyobb arányban vallják magukat magas énhatékonyságúnak. Mindez arra hívja fel a figyelmet, hogy nem csupán a családi kapcsolataink, az iskolai közösség és a pedagógusok visszajelzései, hanem munkahelyi környezetünk is hatással lehet az önmagunkról kialakított képre. A foglalkoztató szervezetek tehát az egyéni teljesítményt ösztönző és barátságos munkahelyi klímával hozzájárulhatnak dolgozóik lelki egészségének megőrzéséhez, önbecsülésük és énhatékonyságuk növeléséhez.

Kulcsszavak: szervezeti magatartás, szervezeti kultúra, Quinn versengő értékek modellje, dolgozók egyéni önértékelése.

JEL kódok: M12, M14.

Bevezetés

Önértékelésünk öntudatra ébredésünkkel egy időben kezd kialakulni, a különböző külső tényezők, visszajelzések és impulzusok hatására pedig folyamatosan változik. Alapvetően hatással van döntéseinkre, iskolai teljesítményünkre, társas kapcsolatainkra, személyiségvonásainkra és jellembeli adottságainkra,

[1] PhD, főiskolai docens, Eszterházy Károly Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gazdaságtudományi Intézet, Közgazdaságtan Tanszék, e-mail: kozak.anita@uni-eszterhazy.hu.

[2] MSc-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, e-mail: sonperger.richard@gmail.com.

mindezek mellett pedig munkahelyi viselkedésünkkel és ottani produktivitásunkkal is kapcsolatban van (Baumeister et al. 2003). A szervezeti kultúra közkedvelt kutatási téma, meghatározására számos külföldi és hazai szerző vállalkozott, vizsgálatához, tipologizálásához pedig számtalan modell áll rendelkezésre. A kitüntetett figyelem vélhetően a szervezeti kultúra versenyelőnyre gyakorolt hatásából ered, ugyanis a legsikeresebb szervezetek eredményének egyik kulcsa a vállalati kultúrára vezethető vissza (Cameron–Quinn 2006). A vállalati kultúra az egyik megkülönböztetője a szervezeteknek, meghatározza a munkavállalók cselekedeteinek alapjául szolgáló értékeket és folyamatokat, irányadó a különböző döntési helyzetekben, segíti vagy gátolja az egyéni és szervezeti célok elérését, befolyásolja a szervezeti tagok közötti interakciókat és a vezetői magatartást.

A szervezeti kultúra kialakulását számos tényező befolyásolja, pl. a szervezet létrejöttének körülményei és története, a külső környezet és belső adottságok (szervezetspecifikus tényezők), valamint az ott dolgozó egyének és csoportok jellemzői, attitűdje. Utóbbi azért is lényeges, mert a szervezeti kultúra, valamint a munkavállalók és az általuk kialakított formális és informális csoportok egymással folyamatos kölcsönhatásban állnak (Fekete 2011), az uralkodó szervezeti kultúra így feltételezhetően kapcsolatban áll a munkavállalók egyéni önértékelésével is.

Elméleti háttér és fogalmi keret

Az egyéni önértékelés és a mérésére használt módszerek

Az elmúlt évtizedben egyre több olyan, elsősorban a laikusok számára készült könyv és cikk látott napvilágot, amely az egészséges önértékelés fontosságára hívja fel a figyelmet. Részben ebből adódik, hogy az önértékelés kifejezés mára a mindennapi szóhasználatunk részévé vált, annak elméleti hátterével, jelentőségével és az azt befolyásoló tényezők vizsgálatával pedig leginkább a személyiség- és szociálpszichológia foglalkozik. A szakemberek a lelki egészség egyik meghatározójaként tekintenek rá, Rosenberg et al. (1995) szerint az önértékelés erősen kapcsolódik az általános jóllét érzéséhez, mivel a magas önértékeléshez általában kiegyensúlyozottság, az élettel való elégedettség, jó hangulat és optimizmus társul, míg az alacsony önértékelést gyakran szorongás, ingerlékenység, negatív érzelmi állapot és pesszimizmus kíséri. Berentés (2012) megfogalmazásában az önértékelés az énkép szubjektív vetülete, amely kifejezi az egyén önmagához való értékelő viszonyulását és jelzi az önelfogadás mértékét, Coopersmith

(1967) pedig olyan értékelésnek tartja, amelyet a személy önmagán végez és érvényesnek fogad el önmagára nézve: ez kifejezi, hogy milyen magatartásformákat tart helyesnek, valamint jelzi, hogy mennyire tartja önmagát életképesnek, sikeresnek és értékesnek. Tanulmányunkban Coopersmith (1967) megállapítására építve használjuk az önértékelés fogalmát.

Az önértékeléssel kapcsolatos vizsgálati eredmények szerint a magas önértékeléssel rendelkezők hatékonyabban küzdenek meg a stressszel, és jobb mentális és fizikai állapot jellemzi őket (Taylor–Stanton 2007), valamint a magas önértékelés hozzájárul a tartós érzelmi stabilitáshoz és egyfajta extrovertáltsághoz, ami az egyén önérvényesítő és önkifejező képességének feltétele (Albers 2010). A magas önértékeléssel rendelkezők bátrabban szólalnak fel társaságban, és gyakrabban adnak hangot annak is, ha nem értenek egyet a csoport véleményével, emellett többen fogadják el őket vezetőnek (Baumeister et al. 2003). A túlságosan alacsony önértékeléssel rendelkezők ezzel szemben állandó külső megerősítéseket várnak, vagy próbálnak nagyon intenzíven megfelelni mások vélt vagy valós elvárásainak (Thoma 2018), továbbá az alacsony önértékelés szoros kapcsolatban áll a depresszió kialakulásával (Orth et al. 2008) is.

Az önértékelés több dimenziójára vonatkozóan végeztek kutatásokat, azok mérésére számos módszert, kérdőívet hoztak létre. Kutatásunk során – Krajcsák (2018) esettanulmányára alapozva – az önértékelés négy dimenzióját vizsgáltuk, az önbecsülést, az énhatékonyságot, az önellenőrzést és a neuroticizmust. Az önbecsülés a reflektív tudat értékelő aspektusa, az önismeret alapján hozott értékítélet (Baumeister 1998). Az énhatékonyság az egyén azon képességébe vetett hite, hogy eléri a teljesítmény egy bizonyos szintjét, és ez olyan történéseket befolyásol, amelyek hatással vannak az életére (Bandura 1994). Az önellenőrzési képességek kialakítása az önálló tanulás és a személyiség önálló önirányítására való alkalmasság érdekében szükséges (Jámbori et al. 2016). A folyamatos önmegfigyelésen és önellenőrzésen alapuló önértékelés lehetővé teszi az egészséges, személyiségre jellemző önismeret és önbizalom kialakulását, az önirányítás képességének fejlődését (Báthory–Falus 1997). A neuroticizmus pedig elárulja, hogy az egyén milyen módon éli meg, dolgozza fel a pszichológiai distresszt (Mirnics 2006).

A következőkben a kutatásunk alapjául szolgáló mérőeszközöket és modellt mutatjuk be, azaz a Rosenberg Önértékelés Skálát, az Általános Énhatékonyság-mérő Skálát, a Pearlin Önellenőrzés Skálát és a Big Five Személyiségmodellt.

A Rosenberg Önértékelés Skála a Morris Rosenberg szociológus által kidolgozott és 1965-ben publikált kérdőív, az egyik legszélesebb körben használt skála, amely az önbecsülés felmérésére szolgál. Rosenberg az Önértékelés Skálát eredetileg azért fejlesztette ki, hogy megmérje a serdülők általános (globális) érzéseit önértékelésükről, önelfogadásukról. Az eredeti kérdőív tíz itemből áll, a kérdésekre egy négyfokozatú skálán lehet választ adni, két fordított kérdést tartalmaz (Adler–Stewart 2004).

A szakirodalomban az énhatékonyság érzésének két egymástól elkülönülő típusa körvonalazódik. Az egyik típus az általános énhatékonyság, amely az élet különféle területein megjelenő nehézségek leküzdésébe vetett bizalmat jelenti, a másik pedig a specifikus énhatékonyság, ami egy bizonyos feladat megoldására vonatkozik. A kutatásunk során az általános énhatékonysággal foglalkoztunk, méréséhez az Általános Énhatékonyság-mérő Skálát használtuk, amelyet Matthias Jerusalem és Ralf Schwarzer alkotott meg 1995-ben (Schwarzner–Jerusalem 1995). Az eredeti skála tíz kérdésből áll és négyfokú Likert-típusú válaszokat adhat a személy arra vonatkozóan, hogy mennyire igaz rá az adott kijelentés, fordított itemmel nem rendelkezik (Jámbori et al. 2016).

Az Önellenőrzés Skálát Leonard I. Pearlin és Carmi Schooler publikálta 1978-ban (Pearlin–Schooler 1978), akik az önellenőrzést a megküzdés egyik fontos dimenziójának tartották. A magas önellenőrzéssel rendelkező egyének abban hisznek, hogy életüket saját maguk irányítják, képesek önállóan is – akár döntéseikkel, akár cselekedeteikkel – arra, hogy változtassanak az életükön, míg az alacsony önellenőrzésű személyek másoktól függnek, meghatározott keretek és szabályok között élik az életüket. Az eredeti mérőeszköz hét kérdésből állt és öt fordított itemet tartalmazott, a kitöltő négyfokú Likert-típusú válaszokat adhatott az állításokra (Pearlin–Schooler 1978).

A Big Five a személyiségpszichológia egyik legfontosabb személyiségmodellje, Lewis Goldberg nevéhez fűződik (Goldberg 1981). Az elmélet szerint a személyiség öt dimenzió: a neuroticizmus, az extraverzió, a nyitottság, a barátságosság és a lelkiismeretesség mentén írható le. A neuroticizmus mérésénél megkülönböztetünk ellenálló személyeket, akiket kevesebb inger zavar, és akiknél az ingerek csak egy bizonyos hatáserősség felett válnak terhelőkké, a velük ellentétes végpontra pedig azok kerülnek, akik nagyobb mennyiségű ingertől idegesekké válnak (Mirnics 2006). A neuroticizmust nyolc kérdéssel – ebből három fordított kérdés – mérték, a kérdések hétfokú Likert-típusú skálán válaszolhatók meg (John–Srivastava 1999).

A szervezeti kultúra

A szervezeti kultúra már az 1980-as évek elején a vezetéstudományi irányzatok figyelmének a középpontjába került (Klein–Klein 2006), ennek ellenére nem jellemző a szakirodalomban az egységes elméleti keret- és definícióhasználat, vizsgálatához pedig számos kultúratipológia és mérőeszköz áll rendelkezésre. Bakacsi (2010) megfogalmazásában a szervezeti kultúra a szervezet tagjai által elfogadott, közösen értelmezett előfeltevések, értékek, meggyőződések, hiedelmek rendszere. Csorba (2017) mindezekhez még hozzásorolja a szervezeti tagok általánosan követett, szervezetspecifikus rutinjait is. Deal és Kennedy (2000) a szervezetet összetartó ragasztóként tekint rá, Csath (1995) pedig váratlan döntési helyzetekben való viselkedésként írja le. A kiragadott definíciókból is kitűnik, hogy a szervezeti kultúra nehezen megfogható és leírható komplex jellemzők összessége, szinte lehetetlen minden releváns tényezőt figyelembe venni vizsgálatakor. A kultúratipológiák arra szolgálnak, hogy bizonyos jellemvonások mentén csoportosíthatóvá váljanak a szervezeti kultúrák, ezek közül az egyik legelterjedtebb a Robert Quinn által kidolgozott „versengő értékek" modellje (Quinn–Rohrbaugh 1983). Az elnevezés arra utal, hogy a szervezetek különféle, egymással versengő értékek alapján törekszenek hatékonyságuk, eredményességük növelésére (Kollár–Szabó 2004). Quinn két dimenzió mentén csoportosította és jellemezte négy kultúratípusát. Az első dimenzió a hatékonyságra, a második az orientációra vonatkozik. A hatékonyság egyik pólusa a rugalmasság és a dinamizmus, míg a másik a stabilitás, rend és a kiszámíthatóság. Orientáció tekintetében megkülönböztette a belső integrációt, egységességet, valamint a külső orientációt, amely a differenciáltságra és a versengésre helyezi a hangsúlyt (Heidrich 2001). A két dimenzió négy végpontja mentén – a dinamizmus és a stabilitás, valamint a szervezet kifelé vagy befelé fordulása – négy kultúratípust különböztetett meg: a klán, az adhokrácia, a hierarchia és a piac típusú szervezeti kultúrákat. A Quinn által kidolgozott „versengő értékek" kultúra típusait az 1. ábra mutatja be.

Cameron és Quinn négy kultúratípus alapján dolgozta ki a szervezetikultúra-kérdőívüket, az OCAI-t (Organizational Culture Assessment Instrument), amely hat kategória mentén vizsgálódik: főbb szervezeti jellemzők, leadership, vezetési stílus, működési elvek, stratégiai irány, valamint szervezeti sikerkritériumok. A szervezeti jellemzőkre vonatkozóan 4-4 állítást fogalmaztak meg, ezeket a kitöltőknek súlyozniuk kell annak függvényében, hogy mennyire jellemzőek a vizsgált szervezetre. A kérdőívnek van egy „kívánatos kultúrára" vonatkozó része is, amely az elvárt változtatások feltérképezésére szolgál (Toarniczky 2006).

Klán kultúra	Adhokrácia kultúra
• Ez a szervezeti kultúra a belső folyamatokra figyel, ugyanakkor rugalmas és dinamikus. • Barátságos munkahelyi légkör, családias kapcsolatok jellemzik. A vezetőkre mentorként tekintenek, a szervezetet a lojalitás és a hagyományok tartják össze. A dolgozói elkötelezettség magas. Hisznek az emberierőforrás-fejlesztés hosszú távú megtérülésében, a csapatmunkában, a részvételen alapuló vezetésben, az információk megosztásában és a konfliktusok konszenzuson alapuló megoldásában. • A legfontosabb értékek a kooperáció, a humor, a nyitottság és az egyenlőség.	• Kifelé irányulás és rugalmasság, dinamizmus jellemzi ezt a típust. • Dinamikus, vállalkozó szellemű, kockázatvállaló, kreatív munkahely. A vezetőkre innovátorként és kockázatvállalóként tekintenek, a szervezetet a fejlődés és az innováció iránti vágy tartja össze. A hosszú távú növekedés a cél, az új erőforrások megszerzése által az élvonalra akarnak törni. A sikert az egyediséggel mérik, támogatják a munkavállalók egyéni törekvéseit, ötleteit és szabadságát. • A legfontosabb értékek a kísérletezés, a kreativitás, a rugalmasság és az autonómia.
Hierarchia kultúra	**Piac kultúra**
• Befelé fordulás és stabilitás, kiszámíthatóság jellemzi. • Formalizált és strukturált munkahely, erős a belső szabályozottság. A vezetőkre koordinátorokként és hatékony gondolkodóként tekintenek. A legfontosabbnak a zökkenőmentes működés fenntartását tartják, formális szabályok és politikák tartják össze a szervezetet. Sikerkritériumként tekintenek a megbízhatóságra, az előrelátó ütemezésre és a költségek alacsony szinten tartására. Biztos munkahely, kiszámíthatóság jellemzi. • A legfontosabb értékek a takarékosság, az engedelmesség, a logikus gondolkodás és az óvatosság.	• A kontroll, az ellenőrzés magas foka és a kifelé irányultság jellemzi. • Az eredmények maximalizálására nagy hangsúlyt helyező munkahely, a dolgozók versengő beállítottságúak és célorientáltak. A vezetők sereghajtók és versenyszelleműek, a hírnév és a siker ösztönzi őket. A győzelem iránti vágy tartja össze a szervezetet, a hosszú távú cél a versenyképesség fenntartása és a mérhető célok elérése. Sikerkritériumnak a minél nagyobb piaci részesedést és az újabb piacokra való bejutást tartják, versenyképes árakban és piaci vezető szerepben gondolkodnak. • A legfontosabb értékek az asszertivitás, a szorgalom és a kezdeményezőkészség.

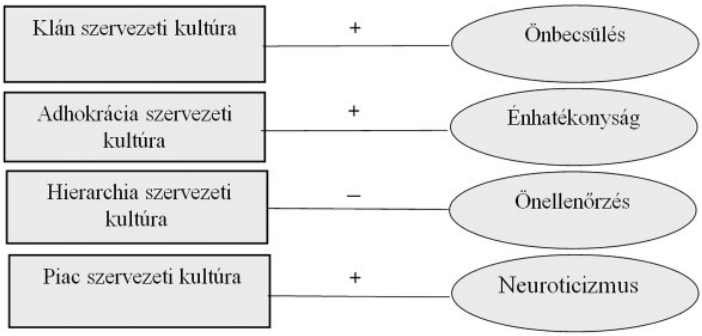
Forrás: saját szerkesztés Cameron–Quinn (2006) és Burchell (2007) alapján

1. ábra. A klán, az adhokrácia, a hierarchia és a piac típusú szervezeti kultúrák jellemzése

Vizsgálatunk során nem az eredeti kérdőívet, hanem annak egy átdolgozott változatát alkalmaztuk, a John P. Meyer és munkatársai által 2010-ben (Meyer et

al. 2010) publikált mérőeszközt. Az utóbbi 7-7 itemet tartalmaz az egyes kultúratípusokra vonatkozóan, a kérdések pedig ötfokú Likert-skálán válaszolhatók meg. A célunk ugyanis nem az adott szervezet kultúrájának tipologizálása és az ahhoz kapcsolódóan kívánatos változtatások vizsgálata, hanem a munkavállalók önértékelése és a munkahelyük légköre, kulturális jellemzői közötti kapcsolat feltárása volt, amelyhez – megítélésünk szerint – alkalmasabb egy inkább szervezetpszichológiai megközelítésű kutatáshoz alkalmazott kérdőív.

Vizsgálataink megkezdését megelőzően a 2. ábrán részletezett kutatási modellt vázoltuk fel.



Forrás: saját szerkesztés

2. ábra. A primer kutatás modellje

A jelenlegi tanulmányban két alapfeltételezéshez kapcsolódóan mutatjuk be vizsgálati eredményeinket:

H_1 *A klán típusú szervezeti kultúra és a dolgozók önértékelésének önbecsülési dimenziója között kapcsolat van. Azok a munkavállalók, akiknek a munkahelyére jellemző a klán típusú szervezeti kultúra, magasabb önbecsüléssel rendelkeznek.*

A klán (team) típusú szervezeti kultúrában a munkavállalók egyéni fejlődési lehetőségein, a lojalitáson és az önmegvalósításon van a hangsúly. Az ilyen támogató, bátorító, nyitott, inspiráló munkakörnyezet feltételezésünk szerint kedvezően hat a dolgozók önbecsülésére.

H_2 *Az adhokrácia szervezeti kultúra és a dolgozói önértékelés énhatékonyság dimenziója között kapcsolat van. Azok a munkavállalók, akiknek a munkahelyére jellemző az adhokrácia típusú szervezeti kultúra, magasabbra értékelik énhatékonyságukat.*

Az adhokrácia (innováció) típusú vállalati kultúrájú szervezetek a dinamizmusra, a kreativitásra, az innovációra és a folyamatos piaci alkalmazkodásra helyezik a hangsúlyt. Az itt dolgozók viszonylag magas munkavállalói szabadsággal rendelkeznek, s feltételezésünk szerint ez a fajta „szabadság" pozitívan hat az énhatékonyságra, tehát az adhokrácia szervezeti kultúrában dolgozók magasabbra értékelik énhatékonyságukat.

Kutatási modellünk szerint érdemes vizsgálni az önellenőrzés dimenzióját a hierarchia típusú szervezeti kultúrában, a neuroticizmust pedig a piac típusú kultúrában. Feltételezhető ugyanis, hogy az erős belső szabályozottság, kiszámíthatóság és formális eljárások mentén működő szervezetek munkavállalói alacsonyabbra értékelik önellenőrzési dimenziójukat, az eredmények maximalizálására törekvő, célorientált szervezetek dolgozói pedig jobban kezelik a stresszt.

Módszertan

Az alkalmazott kérdőív bemutatása

Vizsgálatainkhoz a kérdőíves megkérdezés módszerét alkalmaztuk. A válaszadók az ismerősi körünkben lévő munkavállalók, valamint az Eszterházy Károly Egyetem Gazdaságtudományi Intézetének levelező tagozatos hallgatói közül kerültek ki. A kérdőív kitöltésének a feltétele volt, hogy a válaszadó legalább három hónapja álljon az adott munkahely alkalmazásában. A kérdőív papíralapon és elektronikus formában is kitölthető volt. A válaszív három részből állt:

1. Az első rész a válaszadó szociodemográfiai adatait gyűjtötte össze (a kitöltő neme, kora, lakhelye, legmagasabb iskolai végzettsége, beosztása, munkavégzésének ágazati besorolása).

2. A második rész a dolgozók önértékelésének négy dimenziójára vonatkozott:

– az önbecsülést a Rosenberg Önértékelés Skálával (Sallai et al. 2014),

– az énhatékonyságot az Általános Énhatékonyság-mérő Skálával (Kopp et al. 1993),

– az önellenőrzést a Pearlis Skálával (Valfossen 2013),

– a neuroticizmust pedig a Big Five Személyiségmodellel (John–Srivastava 1999) mértük fel.

3. A kérdőív harmadik részében a kitöltő munkahelyének szervezeti kultúrájára vonatkozóan tettünk fel kérdéseket a Quinn által kidolgozott „versengő értékek" modelljében Meyer et al. (2010) alapján.

Az önértékelés négy dimenziójához hat-hat, a szervezeti kultúra négy típusához pedig hét-hét kérdést társítottunk, a válaszadók 1-től 7-ig terjedő skálán értékelték az itemeket. A kapott adatokat SPSS statisztikai program segítségével értékeltük, kutatásunk mintanagysága 234 fő válaszait foglalja magába. Elemző vizsgálatainkhoz K-középpontú klaszteranalízist és keresztábla-elemzést használtunk. A statisztikai próbák eredményeit $p<0,05$ esetén tekintettük szignifikánsnak.

A minta leírása

Válaszadóink 61%-a nő, 39%-a férfi. A kérdőívet kitöltők közel felét (44%) a 35–50 év közöttiek (X generáció) teszik ki, kicsivel több mint a harmadát (38%) pedig a 20–35 év közöttiek (Y generáció). A harmadik legnagyobb válaszadói korcsoport (17%) az 50–70 év közötti korosztály, míg a 20 év alatti generáció tagjai (Z generáció) közül csak két fő (1%) töltötte ki a kérdőívet. A megkérdezettek közül a legtöbben megyeszékhelyen (38%), egyharmaduk (30%) városban, körülbelül egyötödük (22%) községben, egytizedük (10%) a fővárosban él. A megkérdezettek több mint kétharmada (70%) a tercier, közel egyharmada (30%) a szekunder szektorban végzi a munkáját, s mindössze 2 főt (1%) foglalkoztat a mezőgazdaság (primer szektor). A kitöltők jelentős többsége (87%) beosztott, s csak kisebb részük dolgozik vezető pozícióban (13%).

Vizsgálati eredmények és értelmezésük

Előzetes vizsgálatok eredményei

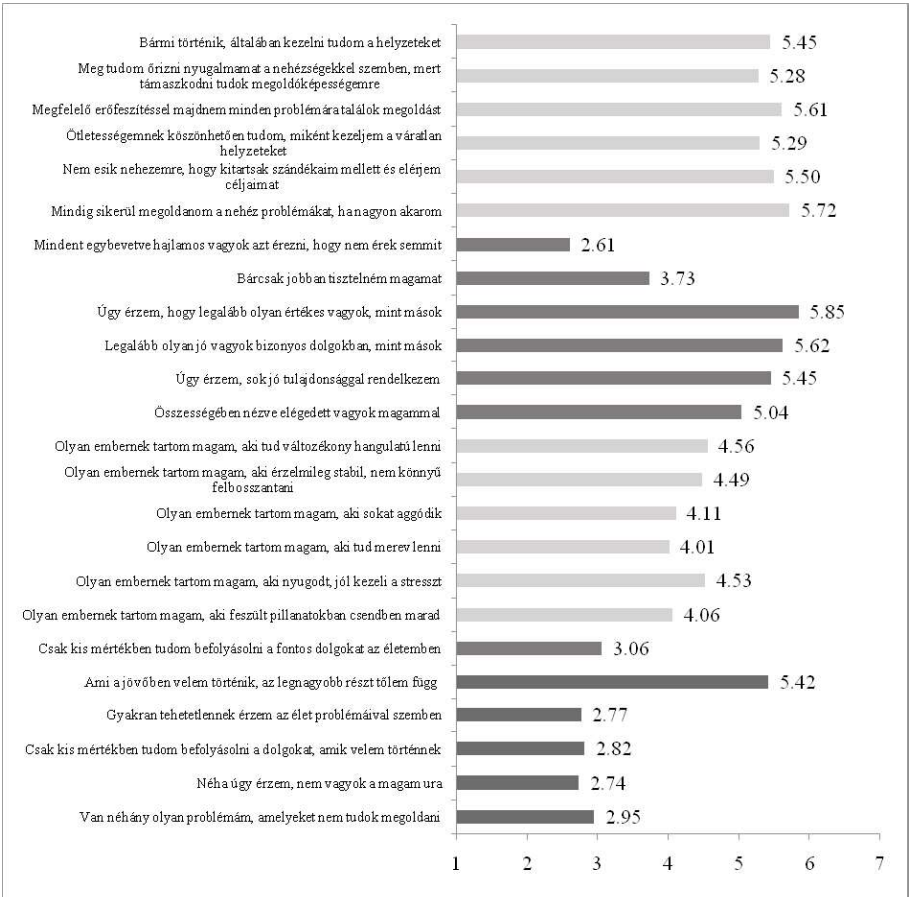
Vizsgálataink elvégzését megelőzően a Cronbach-alfa mutatóval teszteltük az adathalmaz biztonságát, az egyes szervezeti kultúra típusok és önértékelési dimenziók tekintetében a mutatók értéke az 1. táblázat szerint alakult. Az értékek 0,7 felettiek, így az adatokat megbízhatónak ítéltük a további vizsgálatok elvégzéséhez.

1. táblázat. A kérdőív Cronbach-alfa értékei a szervezeti kultúra típusokban és az önértékelési dimenziókban

A szervezeti kultúra típusok	A Cronbach-alfa értékek	Az önértékelés dimenziói	A Cronbach-alfa értékek
Klán kultúra	0,893	Önbecsülés	0,799
Adhokrácia kultúra	0,924	Neuroticizmus	0,727
Hierarchia kultúra	0,902	Önellenőrzés	0,835
Piac kultúra	0,935	Énhatékonyság	0,792

Forrás: saját szerkesztés

Az önértékelés négy dimenziójára vonatkozó válaszok átlagértékeit a 3. ábrán szemléltetjük.



Megjegyzés: A könnyebb értelmezhetőség miatt az ábrán világos színnel az énhatékonyságra és a neuroticizmusra, sötét színnel az önbecsülésre és az önellenőrzésre kapott válaszok átlagértékeit jelöltük.

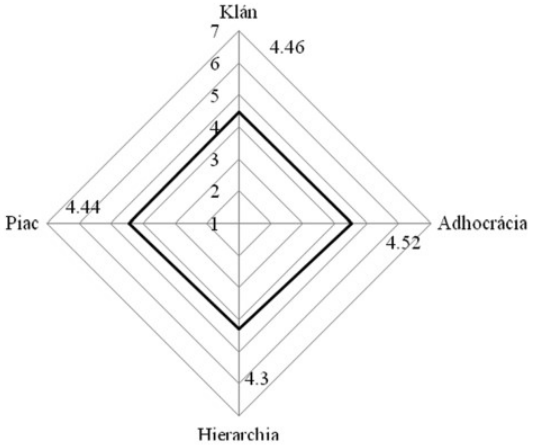
Forrás: saját szerkesztés

3. ábra. Az önértékelés négy dimenziójára kapott válaszok átlagértékei

A mintába került válaszadók önértékelésének mind a négy dimenziója – a kapott átlagértékek alapján – jónak ítélhető, a legkedvezőbb átlagminősítéseket az önbecsülésre vonatkozó kérdésekre kaptuk.

A válaszadók szociodemográfiai változóival végzett vizsgálataink tanulsága szerint kapcsolat mutatható ki a megkérdezettek neme, életkora, iskolai végzettsége és beosztása, valamint az önértékelés dimenzióira adott értékeik között. Dobbins (1990) kutatási tapasztalatai szerint a nők az önellenőrzésre vonatkozó kérdések tekintetében alulmaradnak a férfiakkal szemben, Reifman et al. (1989) emellett arra is felhívja a figyelmet, hogy az idősebb korcsoport tagjai alacsonyabbra értékelik önellenőrzésüket. Eredményeink mindkét korábbi vizsgálatot alátámasztották. Előbbi adódhat a nők magánéleti és/vagy munkahelyi érvényesülésének férfiakénál esetlegesen nagyobb nehézségeiből. Utóbbira pedig magyarázat lehet, hogy az 50 év feletti dolgozók – az X és Y generáció munkavállalóihoz viszonyítottan – nagyobb aránya érzi úgy, hogy túl van karrierjének csúcspontján, s kevésbé tudja már befolyásolni azokat a dolgokat, amelyek vele történnek. Elemzéseinkből kiderült továbbá, hogy minél magasabb a válaszadó iskolai végzettsége, annál inkább becsüli saját magát – ez az eredmény alátámasztja a korábbi, Rosenberg Önértékelés Skálával végzett kutatások tapasztalatait is (Mullen et al. 2013; Tomás et al. 2016). Mindez a felsőfokú iskolai végzettségből adódó, vélhetően magasabb presztízsű és több önállóságot biztosító munkakörnek tudható be. A vezető beosztásban lévők mind a négy vizsgált önértékelési dimenzióban jobb minősítéseket adtak, ami a pozíciójukból adódó nagyobb felelősségi és hatáskörrel magyarázható.

A szervezeti kultúrák vizuális ábrázolásához az e célra leggyakrabban alkalmazott sugárdiagramot választottuk (4. ábra).



Forrás: saját szerkesztés

4. ábra. A kutatásban részt vevő szervezetek vállalati kultúrája a Quinn-féle versengő értékek modelljében

A szervezeti kultúra Quinn-féle tipologizálása alapján a vizsgált szervezeteknél a jelenleg uralkodó kultúratípus az adhokrácia, azt követi a klán, a piac, majd a hierarchia. Ez az eredmény nem erősíti meg Varga (1988) vizsgálati tapasztalatait, miszerint a magyar vállalkozásokra leginkább a Hofstede (1980) kultúratipológiája szerinti „Jól olajozott gépezet" (ami a Quinn-féle hierarchiatípusnak feleltethető meg), valamint a „Piac" szervezeti kultúra a legjellemzőbb. Közel áll viszont Bakacsi–Takács (1998) megállapításához, szerintük ugyanis a magyar szervezeti kultúra leginkább a hofstedei „Család" (vagyis klán) kategóriájába esik.

Egyértelműen látszik, hogy a kapott válaszok átlagértékei között nincs nagy eltérés, elemző vizsgálataink alapján azonban kiderült, hogy a szekunder szektorban foglalkoztatottak válaszai alapján szervezetükre leginkább a piac- és hierarchiakultúra, s legkevésbé az adhokrácia jellemző, míg a tercier szektor dolgozói szerint munkahelyük legfőképpen hierarchia és klán típusú, körükben a legalacsonyabb átlagértéket az adhokrácia-kultúrára kaptuk.

Tekintettel arra, hogy a szervezeteknél vegyes kultúratípusokkal találkozhatunk, s csupán egy-egy kitöltő válaszaira tudtunk hagyatkozni a kutatásba bevont munkahelyektől, vizsgálataink során K-középpontú klaszteranalízis segítségével hoztunk létre két-két csoportot a klán és az adhokrácia szervezeti kultúrákra vonatkozó kérdésekre adott válaszok alapján. Aszerint szerettük volna ugyanis csoportosítani a munkahelyeket, hogy a válaszadók megítélése alapján jellemzőek-e azokra az egyes kultúratípusok. A csoportoknak így a „Jellemzően klán kultúrájú szervezet", a „Kevésbé jellemző a szervezetre a klán kultúra", valamint a „Jellemzően adhokrácia szervezet" és a „Kevésbé jellemző a szervezetre az adhokrácia szervezeti kultúra" elnevezéseket adtuk. Ugyanígy jártunk el az önértékelésnek az önbecsülés és énhatékonyság dimenziói esetében is, hiszen meg szerettük volna különböztetni az „Alacsonyabb önbecsülésű munkavállalókat" és a „Magasabb önbecsülésű munkavállalókat", valamint az „Alacsonyabb énhatékonyságú munkavállalókat" és a „Magasabb énhatékonyságú munkavállalókat". A klaszterek jellemzéséhez szórásanalízist használtunk. A klasztereket tehát a klaszterképző ismérvek alapján, vagyis a csoportok egytől hétig terjedő skálán mért válaszaik átlagminősítése segítségével jellemeztük.

Az észlelt klán szervezeti kultúra és az önbecsülés kapcsolatának vizsgálata

Első alapfeltételezésünk szerint azok a munkavállalók, akiknek a munkahelyére jellemző a klán típusú szervezeti kultúra, magasabb önbecsüléssel rendel-

keznek. A klán kultúratípusra vonatkozó válaszok alapján létrehozott klasztereket a 2. táblázat, az önbecsülés itemeire adott minősítések szerinti klasztereket a 3. táblázat mutatja be.

2. táblázat. Klaszterek a klán kultúra vizsgálata alapján

	Jellemzően klán kultúrájú szervezet	Kevésbé jellemző a szervezetre a klán kultúra	F	Sig.
A szervezeten belüli légkör a munkavállalók közötti jó kapcsolatokra helyezi a hangsúlyt. Ez a légkör részvételi és támogató jellegű.	5,65	3,7	116,26	0,000
A szervezetet a szervezet iránti hűség és az elkötelezettség érzése tartja össze.	5,26	3,08	141,08	0,000
A szervezet küldetése és jövőképe egy munkavállaló-orientált szervezeti képet támogat, mozdít elő.	5,34	3,1	184,86	0,000
A szervezet vezérigazgatójára általánosságban úgy tekintenek, mint mentorra, folyamatvezetőre, csapatjátékosra.	5,17	2,86	134,78	0,000
A szervezet középvezetői támogatják a csapatmunkát, az egyetértést, a részvételt.	5,81	3,24	239,61	0,000
A szervezetnél az elismerést és a jutalmakat a leggyakrabban azok kapják, akik együttműködőek és csapatjátékosok.	4,78	2,62	105,52	0,000
A szervezetnél a toborzási és kiválasztási folyamatok arra irányulnak, hogy olyan munkavállalók kerüljenek be a szervezetbe, akik udvariasak, barátságosak, támogatóak és tisztességesek.	5,43	2,89	176,56	0,000
Összesen (fő):	143	91		
Válaszadók megoszlása (%):	61	39		

Forrás: saját szerkesztés

A megkérdezetteknek az egyes állításokra adott minősítései alapján a munkahelyek 61%-a tartozik a jellemzően klán típusú vállalati kultúrájú szervezetekhez,

a válaszadók 39%-ának munkahelyére pedig kevésbé jellemző ez a kultúratípus. A két klaszter tagjai által adott átlagminősítések között – az első állítás kivételével – legalább két egész pontnyi a különbség.

Az egyes állításokra adott átlagpontszámokban jelentős szórás nem tapasztalható, kivétel ez alól az elismerések és jutalmak odaítélése. Az utóbbi arra vall, hogy még a klán típusú kultúrával rendelkező szervezeteknél is találhatók olyan munkavállalók, akik bizonytalanok a teljesítmények és elismerések összhangjának megítélésében. Ez a bizonytalanság e juttatások nyilvános és megfelelő indoklással történő átadása révén mérsékelhető lenne.

A két csoport által adott átlagpontszámok alapján a legnagyobb (2,52) eltérést a középvezetők tevékenységének megítélése eredményezte. A válaszadók véleménye szerint ugyanis a második csoportba tartozó munkahelyek esetében leginkább a középvezetők tevékenységéből hiányzik a klán típusú szervezetekre jellemző szerepkör betöltése.

3. táblázat. Klaszterek az önbecsülés vizsgálata alapján

	Alacsonyabb önbecsülésű munkavállalók	**Magasabb önbecsülésű munkavállalók**	**F**	**Sig.**
Összességében nézve elégedett vagyok magammal.	4,11	5,78	114,43	0,000
Úgy érzem, sok jó tulajdonsággal rendelkezem.	4,74	6,01	77,85	0,000
Legalább olyan jó vagyok bizonyos dolgokban, mint mások.	4,92	6,2	96,13	0,000
Úgy érzem, hogy legalább olyan értékes vagyok, mint mások.	5,21	6,37	90,24	0,000
Bárcsak jobban tisztelném magamat.	4,92	2,75	90,67	0,000
Mindent egybevetve hajlamos vagyok azt érezni, hogy nem érek semmit.	3,66	1,77	83,57	0,000
Összesen (fő):	104	130		
Válaszadók megoszlása (%):	44	56		

Forrás: saját szerkesztés

Az önértékelésnek az önbecsülésre vonatkozó kérdéseire adott válaszok alapján az egyik csoportba az alacsonyabb önbecsüléssel rendelkezők, míg a másik csoportba a magasabb önbecsüléssel rendelkezők kerültek. A válaszadók

44%-a alacsonyabb önbecsülésű, és 56%-os arányt tesznek ki a magasabb önbecsülésűek. A két klaszter átlagértékei között minden kérdés esetében több mint egy egész pont különbség van. A legnagyobb különbség (2,17 pont) a „Bárcsak jobban tisztelném magamat" kérdés esetében tapasztalható. Tehát az alacsonyabb és magasabb önbecsülésű személyek között a legnagyobb különbség az öntisztelet tekintetében van.

A dolgozók önbecsülése és a klán kultúra közötti kapcsolatot a kereszttábla-elemzés segítségével tártuk fel. Az eredményeket a 4. táblázat mutatja be.

4. táblázat. Kereszttábla-elemzés az önértékelés önbecsülés dimenziója és klán kultúra klaszterei között

	Jellemzően klán kultúrájú szervezet	**Kevésbé jellemző a szervezetre a klán kultúra**	**Összesen**
Alacsonyabb önbecsülésű munkavállalók	56	48	104
Magasabb önbecsülésű munkavállalók	87	43	130
Összesen	143	91	234

Forrás: saját szerkesztés

A 104 alacsonyabb önbecsüléssel rendelkező közül 56-an jellemzően klánkultúrájú szervezetben dolgoznak, a maradék 48 fő munkahelyének kultúráját kevésbé ítélte ilyen típusúnak. A válaszadók közül 130 fő rendelkezik magasabb önbecsüléssel, kétharmaduk jellemzően klán kultúrájú szervezetben dolgozik, míg csupán egyharmaduk munkahelyi légkörére jellemző kevésbé a team-orientáltság. A 2x2-es mátrix dimenziói közül tehát kiemelkedik a magasabb önbecsülésűek és a jellemzően klán kultúrájú szervezet közös dimenziója, ők az összes kitöltő 37%-át teszik ki. Az alapfeltételezésünkben megfogalmazott kapcsolatot a statisztikai próbák is igazolták, a Pearson-féle Khi-négyzet, a kontingencia-együttható és a Cramer-féle V próba is szignifikáns értéket mutatott ($p=0,0415$).

Mindebből arra lehet következtetni, hogy a klán szervezeti kultúra és a dolgozók önbecsülése között kapcsolat van, az eredmények alátámasztják Krajcsák (2018) esettanulmányának tapasztalatait. Az olyan szervezetekben, ahol a team típusú szervezeti kultúra jellemző, a munkavállalók magasabb önbecsüléssel végzik a munkájukat.

Az észlelt adhokrácia szervezeti kultúra és az énhatékonyság kapcsolatának vizsgálata

A második alapfeltételezésünk szerint azok a munkavállalók, akiknek a munkahelyére jellemző az adhokrácia típusú szervezeti kultúra, magasabbra értékelik énhatékonyságukat. Az adhokrácia kultúrára, valamint az énhatékonyságra kapott válaszok alapján létrehozott klasztereket az 5. és a 6. táblázat mutatja be.

5. táblázat. Klaszterek az adhokrácia kultúra vizsgálata alapján

	Jellemzően adhokrácia szervezet	**Kevésbé jellemző a szervezetre az adhokrácia kultúra**	**F**	**Sig.**
A szervezeten belüli légkör a dinamizmusra, a növekedésre, az új kihívásokra való készenlétre helyezi a hangsúlyt.	5,30	2,88	212,64	0,000
A szervezetet az innovációra és a fejlődésre fordított figyelem tartja össze.	5,04	2,55	262,14	0,000
A szervezet küldetése és jövőképe egy innovatív, folyamatosan alkalmazkodó, új dolgokra vállalkozó szervezeti képet támogat, mozdít elő.	5,16	2,94	178,57	0,000
A szervezet vezérigazgatójára általánosságban úgy tekintenek, mint aki vállalkozó szellemű, újító és kockázatvállaló.	5,11	2,68	156,46	0,000
A szervezet középvezetői támogatják az egyéni kezdeményezéseket, az újításokat, a munkavállalói szabadságot, valamint az egyediséget.	5,15	2,66	206,47	0,000
A szervezetnél az elismerést és a jutalmakat a leggyakrabban azok kapják, akik kezdeményeznek és alkalmazkodnak a változásokhoz.	4,77	2,43	141,84	0,000
A szervezetnél a toborzási és kiválasztási folyamatok arra irányulnak, hogy olyan munkavállalók kerüljenek be a szervezetbe, akik kreatívak, önállóak és alkalmazkodóak.	5,37	2,78	210,73	0,000
Összesen (fő):	154	80		
Válaszadók megoszlása (%):	66	34		

Forrás: saját szerkesztés

Összesen 154 fő munkahelye tartozik a „Jellemzően adhokrácia szervezet" csoportba, amelyek a válaszadók szervezeteinek 66%-át teszik ki. Az e klaszterbe tartozó megkérdezettek viszonylag magas átlagértékkel jellemezték az adhokrácia szervezeti kultúrára vonatkozó kérdéseket. A magas értékek arra utalnak, hogy a dolgozóik szerint szervezetük jól alkalmazkodik a folyamatosan változó piaci körülményekhez, és a vezetőik támogatják az újító, innovatív munkavállalói kezdeményezéseket. A másik klaszterbe a válaszadók 34%-ának a szervezete tartozik, a viszonylag alacsony átlagminősítésekből arra következtethetünk, hogy az e körbe tartozók munkahelyeire kevéssé jellemző az adhokrácia szervezeti kultúra. A két klaszter átlagértékei között minden kérdés esetében több mint két egész pontnyi különbség figyelhető meg.

6. táblázat. Klaszterek az énhatékonyság vizsgálata alapján

	Alacsonyabb énhatékonyságú munkavállalók	**Magasabb énhatékonyságú munkavállalók**	**F**	**Sig.**
Mindig sikerül megoldanom a nehéz problémákat, ha nagyon akarom.	4,75	6,35	156,38	0,000
Nem esik nehezemre, hogy kitartsak szándékaim mellett és elérjem céljaimat.	4,33	6,26	186,77	0,000
Ötletességemnek köszönhetően tudom, miként kezeljem a váratlan helyzeteket.	4,28	5,96	150,10	0,000
Megfelelő erőfeszítéssel majdnem minden problémára találok megoldást.	4,52	6,32	220,04	0,000
Meg tudom őrizni nyugalmamat a nehézségekkel szemben, mert támaszkodni tudok megoldóképességemre.	4,24	5,94	168,41	0,000
Bármi történik, általában kezelni tudom a helyzeteket.	4,45	6,10	185,64	0,000
Összesen (fő):	92	142		
Válaszadók megoszlása (%):	39	61		

Forrás: saját szerkesztés

Az énhatékonyság dimenziója mentén végzett klaszteranalízis szerint az első klaszterbe azok a válaszadók kerültek, akik alacsonyabbra értékelték énhatékonyságukat, ők a válaszadók 39%-át teszik ki. A második csoport tagjai viszonylag magas átlagminősítéseket adtak az énhatékonyságra vonatkozó kérdésekre, ők a „Magasabb énhatékonyságú munkavállalók". Utóbbi csoport

tagjai – válaszaik alapján – hatékonyabban képesek a felmerülő nehézségeket megoldani, és a váratlan helyzetekben is jobban feltalálják magukat. A két klaszter átlagértékei között minden kérdés esetében több mint 1,5 pontnyi különbség van.

A dolgozók énhatékonysága és az adhokrácia kultúra közötti kapcsolatot is kereszttábla-elemzés segítségével tártuk fel, az eredményeket a 7. táblázat mutatja be.

7. táblázat. Kereszttábla-elemzés az önértékelés énhatékonyság dimenziója és az adhokrácia kultúra klaszterei között

	Jellemzően adhokrácia szervezet	Kevésbé jellemző a szervezetre az adhokrácia kultúra	Összesen
Alacsonyabb énhatékonyságú munkavállalók	53	39	92
Magasabb énhatékonyságú munkavállalók	101	41	142
Összesen	154	80	234

Forrás: saját vizsgálatok alapján saját szerkesztés

A 234 válaszadó szervezete közül 80-ra kevésbé jellemző az adhokrácia szervezeti kultúra, a válaszadó dolgozóik közül majdnem egyenlő arányban (41 fő és 39 fő) tartoznak a magasabb énhatékonyságú és az alacsonyabb énhatékonyságú munkavállalók körébe. A 154, jellemzően adhokrácia szervezeti kultúrájú munkahely válaszadóinak kétharmada (101 fő) tartozik a magasabb énhatékonyságúak csoportjába, s mindössze egyharmaduk (53 fő) került az alacsony énhatékonyságúakéba. Ebben a négyzetes mátrixban is kiemelkedik egy dimenzió, a magasabb énhatékonyságúak és a jellemzően adhokrácia kultúrájú szervezetek közös dimenziója, ami az összes kitöltő 43%-át teszi ki. A második alapfeltételezésünket is megerősítették a statisztikai próbák, mindhárom mutató – a Pearson-féle Khi-négyzet, a kontingencia-együttható és a Cramer-féle V próba – szignifikáns értéket mutatott ($p=0,0376$).

Az adhokrácia szervezeti kultúra és a munkavállalók énhatékonysága között tehát kapcsolat van, az eredményeink ugyancsak alátámasztják Krajcsák (2018) tapasztalatait. Az olyan szervezetekben tehát, ahol az adhokrácia szervezeti kultúra a jellemző, a munkavállalók nagyobb része oldja meg magasabb énhatékonysággal a munkahelyi feladatait és a felmerülő problémákat.

Következtetések

Tanulmányunk célja a szervezeti kultúra és a munkavállalók önértékelése közötti kapcsolat feltárása volt. A 234 munkavállaló körében végzett kérdőíves megkérdezésünk eredményei szerint a támogató, családias munkahelyi légkörre, az információk megosztására és a csapatmunkára építő klán típusú szervezeti kultúra tagjai nagyobb arányban rendelkeznek magas önbecsüléssel, mint azok a dolgozók, akiknek a munkahelyére nem jellemző ez a típusú szervezeti kultúra. Kutatásainkból az is kiderült, hogy a dinamikus, kreatív és egyéni teljesítményt ösztönző adhokrácia szervezeti kultúrájú munkahelyek dolgozói nagyobb eséllyel vallják magukat magas énhatékonyságúnak, mint azok a munkavállalók, akiknek a munkahelyére nem jellemző az innovációorientáltság.

A vezetőknek hangsúlyt kell fektetniük dolgozóik önértékelésére, ugyanis az alacsony önértékelésű és boldogtalan munkavállalók általában nem pályáznak el, hanem maradnak a szervezetnél és minimum szinten teljesítenek (Blitzer et al. 1993). Fontos ezért, hogy egyrészt a mindennapi vezetői kommunikációval, másrészt a szervezetnél kialakított és a vezetők által menedzselt rendszerekkel, folyamatokkal és támogató tevékenységekkel (pl. munkahelyi szocializáció, tér, képzés és fejlesztés) megalapozható legyen az egészséges munkavállalói önértékelés. Mindez leginkább kellő odafigyeléssel, segítségnyújtással, empátiával, a dolgozók által elért jó eredmények hangsúlyozásával vagy célzott fejlesztéssel (pl. tréning, coaching) érhető el.

Az eredményesség és a hatékonyság szempontjából emellett kifejezetten fontos, hogy bizonyos munkaköröket magas önértékeléssel rendelkező dolgozó töltsön be. A magas önbecsülés lényeges lehet az értékesítési vagy PR-munkakörökben, míg a magas énhatékonyság a kreativitást és problémamegoldást igénylő pozíciókban, például bármilyen vezetői vagy K+F+I munkakörben. Célszerűnek tartjuk ezért azoknak a munkaköröknek a beazonosítását, amelyek esetében különösen hasznos lehet a magas önbecsüléssel vagy énhatékonysággal rendelkező munkavállalók foglalkoztatása, valamint az új dolgozók felvételi eljárásában az ezek kiválasztásához szükséges módszertan kialakítását. Indokolt lehet továbbá a szervezeti kultúra folyamatos felülvizsgálata, az egyes elemeinek a szervezeti célok – részben munkavállalói önértékelésen keresztüli – megvalósítását elősegítő aktualizálása.

A kutatás korlátainak tartjuk a nem reprezentatív mintavételt, továbbá azt, hogy nem longitudinális vizsgálatot végeztünk, ugyanis a szervezeti kultúra önér-

tékelésre gyakorolt hatását egy ilyen vizsgálattal egyértelműbben bizonyíthattuk volna. Nem kizárható ugyanis, hogy hosszú távon az olyan munkavállalók maradnak hűek a szervezethez, akiknek önértékelési dimenziói megfeleltethetőek az adott vállalati kultúrának.

További vizsgálatok tárgyát képezheti a dolgozói önértékelés és teljesítmény közötti kapcsolatok feltárása a különböző szervezeti kultúrákban, valamint érdemes lenne összevetni az önértékelés dimenzióit a motivációval (pl. az öndeterminációs elmélettel). Utóbbi esetében feltételezhető ugyanis, hogy az erős motivációjú egyének alacsony önbecsülésűek és nehezen dolgozzák fel a pszichológiai distresszt, az extrinzik motiváltakat magas énhatékonyság és alacsony neuroticizmus, míg az intrinzik motiváltakat magas önbecsülés és önellenőrzés jellemzi.

Irodalomjegyzék

Adler, N.–Stewart, J. 2004. *Self-esteem*. https://macses.ucsf.edu/research/psychosocial/selfesteem.php, letöltve: 2020. 02. 21.

Albers, L. 2010. *Double you? Function and form of implicit and explicit self-esteem*. PhD thesis. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.

Bakacsi, Gy. 2010. *A szervezeti magatartás alapjai*. Budapest: Aula.

Bakacsi, Gy.–Takács, S. 1997. *Organizational and Societal Changes in the Transition Period in Hungary*. Budapest: EGOS Collocquium.

Bandura, A. 1994. Self-efficacy. *Encyclopedia of Human Behavior* 4, 71–81.

Báthory, Z.–Falus, I. 1997. *Pedagógiai lexikon III*. Budapest: Keraban Könyvkiadó.

Baumeister, R. F. 1998. The self. In: Gilbert, D. T.–Susan T. F.–Gardner, L. (eds.) *The Handbook of Social Psychology (4 ed.).* Boston, MT: McGraw-Hill.

Baumaister, R. F.–Campbell, J. D.–Krueger, J. I.–Vohs, K. D. 2003. Does High Self-Esteem Cause Better Performance, Interpersonal Success, Happiness, or Healthier Lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest Publications* 4(1), 1–44.

Berentés, É. 2012. *Az érett személyiség – Az emberi siker, a hatékonyság, és a boldogság személyiségháttere*. Budapest: Pro Personal.

Blitzer, R. J.–Petersen, C.–Rogers, L. 1993. How to build self-esteem. *Training & Development* 47(2), 58–64.

Burchell, R.–Saele, C. 2007. *Organizational cultural diagnosis: Merits of employing the Competing Values Framework (CVF) in conjunction with shared values profiling*. https://www.anzam.org/wp-content/uploads/pdf-manager/1787_BURCHELL-NOEL_428.PDF, letöltve: 2020. 02. 21.

Cameron, K. S.–Quinn, R. E. 2006. *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the competing values framework.* San Francisco, CA: The Jossey-Bass Business & Management Series.

Coopersmith, S. 1967. *The antecedents of self-esteem*. San Francisco, CA: W. H. Freeman.

Csath, M. 1995. *Stratégiai tervezés és vezetés*. Budapest: Leadership Kft.

Csorba, L. 2017. *Szelekció, verseny és kockázat a gazdasági evolúció folyamatában – Bizonytalanság és kockázatvállalás vizsgálata valós téthelyzetben*. Mauritius: GlobEdit.

Deal, T.–Kennedy, A. 2010. *The New Corporate Cultures*. London: Texere Publishing.

Fekete, H. 2011. *Merre tart a hajó? A szervezeti stratégia, a struktúra és a kultúra hatásainak vizsgálata a vállalati teljesítményre*. PhD thesis. Veszprém: Pannon Egyetem.

Dobbins, G.–Long, W. S.–Dedrick, E. J.–Clemons, T. C. 1990. The Role of Self-Monitoring and Gender on Leader Emergence: A Laboratory and Field Study. *Journal of Management* 16(3), 609–618.

Goldberg, L. R. 1981. Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons. *Personality and Social Psychology Review* 2(1), 141–165.

Heidrich, B. 2001. *Szervezeti kultúra és interkulturális menedzsment*. Budapest: Human Telex Consulting.

Hofstede, G. 1980. *Culture's Consequences. International Differences in Work-Related Values.* Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Jámbori, Sz.–Horváth, M. T.–Harsányi, Sz. G. 2016. Az internetes kapcsolatokban való nyitottság összefüggése az észlelt társas támasszal és az énhatékonysággal. *Az Alkalmazott Pszichológia Alapítvány folyóirata* 16(2), 19–36.

John, O. P.–Srivastava, S. 1999. The big five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. In: Pervin, L.–John, O. P. (eds.) *Handbook of Personality*. New York, NY: Guilford.

Klein, S.–Klein, B. 2006. *A szervezet lelke*. Budapest: Edge 2000 Kft.

Kollár, K.–Szabó, É. 2004. *Pszichológia pedagógusoknak*. Budapest: Osiris Kiadó.

Kopp, M.–Schwarzer, R.–Jerusalem, M. 1993. *Hungarian questionnaire in psychometric scales for cross-cultural self-efficacy research*. Berlin: Zentrale Universitas Druckerei der FU Berlin.

Krajcsák, Z. 2018. Success of quality management systems through self-evaluation and commitment in different organizational cultures: A case study. *Management Decision* 56(7), 1467–1484.

Meyer, J.–Hecht, T.–Gill, H.–Toplonytsky L. 2010. Person–organization (culture) fit and employee commitment under conditions of organizational change: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior* 76(3), 458–473.

Mirnics, Zs. 2006. *A személyiség építőkövei*. Budapest: Bölcsész Konzorcium.

Mullen, S. P.–Gothe, N. P.–McAuley, E. 2013. Evaluation of the factor structure of the Rosenberg Self-Esteem Scale in older adults. *Personality and Individual Differences* 54(2), 153–157.

Pearlin, L. I.–Schooler, C. 1978. The structure of coping. *Journal of Health and Social Behavior* 19(1), 2–21.

Quinn, R. E.–Rohrbaugh, J. 1983. A spatial model of effectiveness criteria: Toward a competing values approach to organizational analysis. *Management Science. Institute for Operations Research and the Management Sciences* 29(3), 363–377.

Reifman, A.–Klein, J. G.–Murphy, S. T. 1989. Self-monitoring and age. *Psychology and Aging* 4(2), 245–246.

Rosenberg, M.–Carmi, S.–Carrie, S.–Florence, R. 1995. Global Self Esteem and Specific Self-Esteem: Different Concepts, Different Outcomes. *American Sociological Review* 60(1), 141–156.

Sallay, V.–Martos, T.–Földvári, M.–Szabó, T.–Ittzés, A. 2014. A Rosenberg Önértékelés Skála (RSES-H): alternatív fordítás, strukturális invariancia és validitás. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika* 15(3), 259–275.

Schwarzer, R.–Jerusalem, M. 1995. Generalized Self-Efficacy scale. In: Weinman, S. W.–Johnston, M. (eds.) *Measures in Health Psychology: A User's Portfolio. Causal and Control Beliefs*. Windsor: NFER-Nelson, 35–37.

Taylor, S. E.–Stanton, A. L. 2007. Coping Resources, Coping Processes, and Mental Health. *Annual Review of Clinical Psychology* (3), 1377–1401.

Thoma, L. 2018. *Az önértékelés jelentősége a valláspedagógiában – különös tekintettel a serdülőkori fiatalok keresztyén nevelésére a hit- és erkölcstan órán.* PhD thesis. Budapest: KGRE.

Tomás, J. M.–Sancho, P. A.–Hontangas, P. M. 2016. Measuring self-esteem in Spanish adolescents: Equivalence across gender and educational levels. *Avaliação Psicológica* 14(3), 385–393.

Orth, U.–Robins, R. W.–Roberts, B. W. 2008. Low self-esteem prospectively predicts depression in adolescence and young adulthood. *Journal of Personality and Social Psychology* 95(3), 695–708.

Vanfossen, B. 2013. Carrer, Marriage and Family Stressors. In: Hobfoll, S. (ed.) *Stress, Social Support, And Women*. New York, NY: Routledge, 69–83.

Varga, K. 1988. *Az emberi és szervezeti erőforrás fejlesztése*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Közgazdász Fórum
Forum on Economics and Business
22(140), 25–58.
2019/3

Factors affecting the adoption of artificial intelligence-based digital assistants

LÁSZLÓ SEER – IBOLYA VIZELI

Our paper aims to inspect the adoption mechanisms of the artificial intelligence-based digital assistants by their human users and to examine the relevant factors affecting the adoption process. As a secondary goal, we aim to synthesize the existing literature related to this phenomenon. We use five independent variables, which are rooted in the UTAUT2 model, for examining their explaining power on one dependent variable, namely the intention to use digital assistant technology. The exogenous constructs are as follows: performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, and hedonic motivation. We conducted our research on a sample of primarily university students (N=123). After the exploratory data analysis, we used partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) to test our hypotheses. We concluded that performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, and hedonic motivation have a significant effect on usage intention. These independent variables explain 69% of the variance of the dependent variable.

Keywords: AI, digital assistants, technology adoption, usage intention, UTAUT2 model.

JEL codes: M31, M39, O33, L86.

Kiadó: Romániai Magyar Közgazdász Társaság és a Babeş–Bolyai Tudományegyetem
Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának Magyar Intézete
ISSN: 1582-1986 www.econ.ubbcluj.ro/kozgazdaszforum

A mesterséges intelligencia alapú digitális asszisztensek elfogadását befolyásoló tényezők

SEER LÁSZLÓ[1] – VIZELI IBOLYA[2]

Kutatásunk célja a mesterséges intelligencia alapú digitális asszisztensek elfogadásának és használatának kutatása, illetve az elfogadást és a használatot befolyásoló tényezők beazonosítása. Másodlagos célunk, hogy összefoglaljuk a digitális asszisztensekkel foglalkozó, eddig megjelent tudományos munkákat. Konceptuális modellünk által arra a kérdésre keressük a választ, hogyan magyarázza a vizsgált öt független változó, melyek az UTAUT 2 modellből számaznak, a használati szándék alakulását. A szóban forgó öt független változó a várható teljesítmény, a várható szükséges erőfeszítés, a társadalmi hatás, az elősegítő feltételek és a hedonista motiváció. A kutatást egy N=123 elemszámú mintán végeztük, a válaszadók többsége egyetemista. Az adatok elemzésére a parciális legkisebb négyzetek – strukturális egyenletek modellezési technikát (PLS-SEM) használtuk. Arra a következtetésre jutottunk, hogy a várható teljesítmény, a várható szükséges erőfeszítés, a társadalmi hatás és a hedonista motiváció szignifikánsan befolyásolja a használati szándékot. Ez az öt független változó a függő változó varianciájának 69%-át magyarázza.

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia, digitális asszisztens, technológiaelfogadás, használati szándék, UTAUT2 modell.

JEL kódok: M31, M39, O33, L86.

Bevezető

Az elmúlt évtizedekben a digitális technológia soha nem látott ütemben fejlődött. A digitalizáció korában az emberek mindennapi szokásai, a vállalatok munkafolyamatai, sőt még a munkaerőpiac szerkezete is jelentős átalakulásokon megy át (Fehér 2016).

A digitalizációnak mint fogalomnak nincs egységesen elfogadott meghatározása. Brennen és Kreiss (2016) a digitalizáció definícióját a társadalmi életre alapozzák, szerintük ennek kiindulópontja az, ahogyan az emberek interakcióba lépnek egymással. Az interakciók pedig egyre távolodnak az analóg technológiáktól (hagyományos levelek, telefonhívások) és közelednek a digitális (e-mail, chat, közösségi média) felé, így pedig az élet számos területe (munka, szabaidő) digitalizálódik (Brennen–Kreiss 2016).

[1] PhD, egyetemi adjunktus, Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, e-mail: laszlo.seer@econ.ubbcluj.ro.

[2] MSc-hallgató, Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, e-mail: vizeli.ibolya@yahoo.com.

A Gartner innovációkutató szervezet megfogalmazása szerint a digitalizáció azon digitális technológiák által történik, amelyeket a vállalatok az üzleti modell megváltoztatására használnak új bevételforrások és értéknövelő lehetőségek biztosítása céljából (Gartner 2017). Általánosan elfogadott tény, hogy ma számos vállalat újragondolja az üzleti modelljeit, és az új üzleti modellek nagymértékben a digitális technológiák hatása alatt állnak.

A digitális technológia fejlődése várhatóan növekvő ütemben folytatódik tovább, ami jelentősen kihat majd a fogyasztók és a vállalatok közötti sokrétű kapcsolatrendszerre is. A Gartner egy másik előrejelzése szerint 2020-ra a fogyasztók és a vállalatok közötti interakció 85%-a anélkül zajlik majd, hogy a fogyasztó emberekkel lépne kapcsolatba a vállalat részéről (Gartner 2011). Ezért a fogyasztói elvárások minél magasabb színvonalú kielégítése érdekében a vállalatoknak nagy hangsúlyt kell fektetniük arra, hogy a fogyasztókat érintő folyamataik automatizálása során szem előtt tartsák azok egyre változatosabb igényeit és elvárásait is. Ebben pedig a marketingrészlegeknek és szakembereknek kiemelkedő szerep jut, hiszen ők azok, akik ismerik a fogyasztók igényeit. Ennek a folyamatautomatizálásnak az egyik kulcstechnológiája a mesterséges intelligencia, amely keretében több technológiáról beszélhetünk (pl. gépi tanulás, mélytanulás, neurális hálók, természetes nyelvek feldolgozása stb.) (Bostrom 2014).

Kutatásunk fókuszában annak a jelenségnek a vizsgálata áll, hogy a fogyasztók milyen elvek mentén fogadnak vagy utasítanak el egy új, digitális technológiai megoldást. A kutatás tárgya a mesterséges intelligencia alapú, ún. digitális asszisztensek fogyasztók általi elfogadásának és az elfogadást befolyásoló tényezőinek vizsgálata.

A technológiaelfogadás szakirodalma rendkívül gazdag (Nysveen–Pedersen 2016), ezért az új technológiával szembeni elfogadási hajlandóság vizsgálatát a már meglévő, gazdag szakirodalomra és azon belül a technológiaelfogadás és -használat egységesített elméletére (UTAUT2) alapozzuk.

A téma relevanciája abban áll, hogy a mesterséges intelligencia fokozatos térnyerése jelentős hatást gyakorol az emberek mindennapi életére, illetve a vállalatokéra egyaránt. E kettő a marketing szakterületét három ponton érinti: egyrészt a marketing munkafolyamatainak radikális megváltozásával (számos tevékenység válik automatizálhatóvá). Másrészt a fogyasztók elvárásai is átalakuláson mennek keresztül annak köszönhetően, hogy a különböző mesterségesintelligencia-rendszerek kezdenek a mindennapi életük részévé válni (Netflix, Alexa, Siri

nevű digitális asszisztensek). Harmadrészt, sok más területhez hasonlóan, a marketingszakma is teljesen átalakul a mesterséges intelligencia alapú technológiáknak köszönhetően (Kotler et al. 2017).

Brynjolfsson és McAfee (2014) szerint a technológia fejlődése során sok ember veszítheti el a munkahelyét, rengeteg munkahely szűnik majd meg. Ez főleg azokat a területeket érinti, amelyek esetében nem szükséges az, hogy a munkavállaló különleges készségek és képességek birtokában legyen (például gyártósorok mellett dolgozók). Emellett azonban új munkahelyek is létrejönnek, amelyek végzéséhez különleges képességekre és kompetenciákra van szükség, mindezt azonban nem lesz lehetetlen elsajátítani (Brynjolfsson–McAfee 2014).

Ugyanakkor viszont az automatizálásból és a mesterséges intelligencia alapú technológiák egyéb jelentős hozzáadott értékéből jelentős idő takarítható meg a termelésben és a mindennapokban egyaránt, ezek származtatott előnyei rendkívül sokrétűek (Brynjolfsson–McAfee 2014). Mi e jelenség a fogyasztókra gyakorolt hatásának egyik specifikus részét kutatjuk, ugyanis ennek a feltárása a marketingszakma számára időszerű.

Következtetésképpen a fogyasztói elvárások vizsgálata a mesterséges intelligencia térnyerése korában hasznos információkkal szolgálhat a marketingszakemberek számára. Továbbá a téma kevéssé kutatott mind nemzetközi, mind hazai szinten, annak ellenére, hogy jelentős hatást gyakorol a fogyasztók és a vállalatok életére, illetve teljesen átalakít bizonyos szakmákat, így a marketingszakmát is.

Szakirodalmi áttekintés

A mesterséges intelligencia meghatározása

A mesterséges intelligencia azon technológiák együttesének a megnevezése, amelyek nemcsak a sokrétű információk programmatikus feldolgozására képesek, hanem saját folyamataik fejlesztésére, adaptálására is. Tehát egy mesterséges intelligencia alapú szoftver egy olyan program, ami adott paraméterek között önmagát fejleszteni, adaptálni képes (Mijwel 2015; Bostrom 2014).

A mesterséges intelligencia tudományának születése 1950-re tehető (Nguyen–Sidorova 2017), ugyanis ekkor jelent meg Alan Turing *Computing Machinery and Intelligence* című meghatározó munkája. A cikkben Turing megalkotta a Turing-teszt néven ismertté vált modellt, amelynek lényege a következő: egy számítógép akkor megy át a teszten, hogyha a tesztben részt vevő (emberi) alany egy másik (emberi) alannyal és egy számítógéppel szöveges, kérdés-válasz ala-

pú interakció során nem tudja teljes bizonyossággal meghatározni, hogy melyik résztvevő a számítógép és melyik az ember (Turing 1950). A következő években a mesterséges intelligenciával kapcsolatos kutatások nagy részében arra fektették a hangsúlyt, hogy olyan gépet hozzanak létre, amely képes az emberi intelligenciával asszociálható képességeket produkálni vagy imitálni (Nguyen–Sidorova 2017). Ilyen képesség például a valamilyen nyelven történő kommunikáció, a tudás tárolása és hozzáférés a tudáshoz, sokváltozós adatelemzésből származó predikció, a racionális döntések meghozatala és a környezetből érkező inputokhoz való alkalmazkodás (Russell–Norvig 2010).

Nguyen és Sidorova (2017) összefoglalása szerint a mesterséges intelligencia tudományának három fő aspektusa van. Először is a mesterséges intelligencia magába foglalja az automatizált érvelést (automated reasoning), a természetes nyelvet (natural language), a képfeldolgozást (image processing), a tudás megjelenítését (knowledge representation) és a gépi tanulást (machine learning) (Bishop 1995; Jain et al. 1996). Másodszor, a legtöbb mesterségesintelligencia-kutatás olyan modellek, ábrázolások és algoritmusok létrehozását helyezi a fókuszba, amelyek képesek a már fent említett, emberi intelligenciával azonosítható képességek reprodukálására, azonban ezek jó része asszimilálható a hagyományos informatikai alkalmazásokkal, és így a viselkedésalapú kutatás (behavioral-style research) részét képezik (Gregor–Benbasat 1999; Se et al. 2007). Harmadsorban pedig a mesterséges intelligencia tudományára jellemző, hogy a fejlődési szakaszok gyorsak és magas elvárásokkal párosulnak, melyeket azonban hosszú, nagyon lassú fejlődés és a nagyközönség érdeklődésének hiánya követ (Bostrom 2014).

A mesterségesintelligencia-rendszerek osztályozása

Bostrom (2014) szerint a mesterségesintelligencia-rendszerek három osztályba sorolhatók: Keskeny Mesterséges Intelligencia (Artificial Narrow Intelligence – ANI), Általános Mesterséges Intelligencia (Artificial General Intelligence – AGI), Szuper Mesterséges Intelligencia (Artificial Super Intelligence – ASI).

Az ANI a mesterségesintelligencia-rendszerek első szintjét képezik, melyeket az jellemez, hogy egy specifikus területen nyújtanak kiemelkedő teljesítményt. Ilyen például a Deep Blue nevet viselő, az IBM által kidolgozott „szuperszámítógép", amely 1997-ben legyőzte Gary Kasparov világbajnok sakkozót egy sakkjátszma során (Gurkaynak et al. 2016; Vardi 2012). A ma létező mesterségesintelli-

gencia-rendszerek tekintélyes része ebbe a kategóriába sorolható, például ANI-nak minősül a Google RankBrain rendszere és az Apple asszisztense, a Siri is.

Továbbá, Gurkaynak és társai (2016) szerint AGI-k az ember szintű mesterséges intelligenciák (Human-Level AI's), azaz olyan számítógépek, amelyek minden szempontból olyan okosak, mint az ember, és minden olyan szellemi munkát igénylő feladatot képesek elvégezni, amit az ember is képes megoldani. Az AGI-k várhatóan képesek lesznek a különböző területeken jelentkező komplex problémák megoldására, illetve önállóan érzékelni és irányítani saját gondolataikat, aggodalmaikat, érzéseiket, erősségeiket, gyengeségeiket és hajlamaikat (Pennachin–Goertzel 2007).

Végül pedig, az ASI-k olyan rendszerek, amelyek gyakorlatilag minden területen sokkal intelligensebbek, mint az ember, beleértve a tudományos kreativitást, az általános bölcsességet és a szociális készségeket is (Bostrom 2014). A mesterségesintelligencia-kutatók nagy része úgy véli, hogy az AGI-k kifejlesztése után azok saját magukat fejlesztik majd tovább ASI-rendszerré, amit a szakirodalomban intelligens robbanásnak (intelligent explosion) vagy szingularitásnak neveznek (Yudkowsky et al. 2010; Urban 2015).

A mesterséges intelligencia hatása a marketingfolyamatok átalakulására

A mesterséges intelligencia definiálása után fontos meghatározni annak jelentőségét a marketingfolyamatok átalakulásában. Olson és Levy (2018) szerint a mesterséges intelligencia három ponton formálja át a marketing területét: az interakciók (interacting), a megértés (understanding) és az érvelés (reasoning) szintjén.

Először is, a mesterséges intelligencia a fogyasztók és vállalatok közti interakciót két ponton érinti: egyrészt a keresések (search), másrészt a bot-ok (keresőtechnológiák) tevékenysége által. A mesterséges intelligencia lehetőséget nyújt a fogyasztóknak arra, hogy természetesebb és személyesebb módon kommunikáljanak a márkákkal a különböző okosszolgáltatások és ügynöki kompetenciákkal rendelkező rendszerek (ágensek), mint például a botok, digitális asszisztensek (digital assistants), okoshangszórók (smart speakers), a jövőben pedig összekapcsolt autók (connected cars) által (Olson–Levy 2018).

A chatbotok (adaptált válaszadásra képes szoftverek) fő alkalmazási területe az ügyfélkezelés, ügyfelekkel való kapcsolattartás, azonban ahogy ezen eszközök fejlődnek és egyre jobban kommunikálnak, képessé válhatnak arra, hogy a fogyasztó döntési folyamatának minden szakaszában részt vegyenek, és részvé-

telükkel komoly hozzáadott értéket hozzanak létre a fogyasztó számára (keresési idő lerövidítése, racionálisabb döntések stb.). A digitális asszisztensek, illetve az okoshangszórók képesek arra, hogy megértsék, ki a felhasználó, mit cselekszik és azt hol csinálja, válaszolnak a kérdéseire, elvégzik a fogyasztó által kért feladatokat, képesek arra, hogy előre jelezzék a fogyasztó vágyait annak viselkedési mintája alapján (Sterne 2017).

Az asszisztensek széles körű elterjedése hozzájárul olyan folyamatok átalakulásához, mint a tartalomgyártás, a termékek és szolgáltatások személyre szabása, insightok gyűjtése és felhasználása, új reklámfelületek létrehozásával pedig a reklámkészítést is átformálják. A márkák esetében ezek az asszisztensek fontos eszközökké válnak az erős fogyasztó–márka kapcsolat kiépítésében, illetve a fogyasztói igények kielégítésében (Olson–Levy 2018; Sterne 2017).

Másodsorban, a mesterséges intelligencia lehetővé teszi azt, hogy a vállalatok természetesebb módon érthessék meg a fogyasztókat szöveg-, hang-, kép-, videó- és gesztusalapú inputok alapján. A Microsoft's Cognitive Services, melyet 600 000 fejlesztő használ, lehetővé teszi a marketingszakemberek számára, hogy könnyen adjanak hozzá applikációikhoz, eszközeikhez és platformjaikhoz olyan intelligens fejlesztéseket, mint például érzelem- és érzésérzékelést (emotion and sentiment detection), látás- és beszédfelismerést (vision and speech recognition), nyelvértést (language understanding), tudást és keresést (knowledge and search) (Olson–Levy 2018).

Végül pedig, a mesterséges intelligencia lehetőséget nyújt a marketingszakembereknek arra, hogy nagyon nagy mennyiségű adatot (pl. big data) dolgozzanak fel és olyan mintákat azonosítsanak, melyek az emberi szem számára láthatatlanok. A hatalmas adathalmazok feldolgozása lehetővé teszi olyan insightok azonosítását, amelyeket a szakemberek felhasználhatnak kampányok és média mix stratégiák kialakítása és optimalizálása céljából. Továbbá az adatok elemzése előrejelzések elkészítését is lehetővé teszi a már kialakult keresési és viselkedési minták alapján, ami a különböző reklámkampányok sikerességéhez járulhat hozzá (Olson–Levy 2018).

Összegezve, a mesterséges intelligencia jelentősen átformálja a fogyasztói szokásokat és a vállalatok tevékenységét, ezáltal pedig átalakítja a marketingfolyamatokat és új kihívásokkal szembesíti a marketingszakembereket, miközben új eszközöket is nyújt számukra. Az egyik legfontosabb ilyen eszköz a digitális asszisztens, a továbbiakban ennek részletes bemutatására kerül sor.

A digitális asszisztensek meghatározása

Az angol nyelvű szakirodalomban a leggyakrabban használt kifejezés az Intelligent Personal Assistant (IPA) az, amely magába foglalja azokat az alkalmazásokat, amelyek különböző inputok (például a felhasználó hangja) alapján segítséget nyújtanak a felhasználónak, azaz kérdéseket válaszolnak meg, ajánlatokat tesznek és különböző feladatokat végeznek el (Baber 2002). Az angol nyelvű szakirodalomban az IPA szinonimájaként használják a Conversational Agents, Virtual Personal Assistants, Personal Digital Assistants, Voice-Enabled Assistants vagy a Voice Activated Personal Assistants kifejezéseket (Cowan et al. 2017). A magyar nyelvű szakirodalomban nincs egységesen elfogadott kifejezés az ilyen típusú alkalmazásokra, a köznyelvben pedig a leggyakrabban használt kifejezések a virtuális vagy digitális asszisztens és az intelligens asszisztens. A továbbiakban a digitális asszisztens (DA) kifejezést használjuk.

A digitális asszisztens olyan, úgynevezett szoftverügynök, amely professzionális/adminisztratív (üzenetküldés, ébresztőóra beállítása, ütemterv készítése, ételrendelés), technikai (olyan összetett feladatok, mint az otthoni automatizálási rendszer kezelése okoskészülékek vezérlésével, a felhasználó egészségi állapotának nyomon követése a viselhető – wearable – eszközök által kibocsátott jelek elemzésével) és szociális (kommunikáció a felhasználó és az asszisztens között) feladatok elvégzésében nyújt segítséget az (emberi) felhasználóknak azáltal, hogy automatizálja és megkönnyíti a mindennapi tevékenységeit (Saad et al. 2016; Santos et al. 2016). Spohrer és társai (2017) szerint a digitális asszisztensek olyan döntéshozatali eszközök (decision support tools), amelyek képesek kiterjeszteni, növelni az emberi képességeket és szakértelmet a környezet mélyreható megismerése által, így pedig olyan javaslatokat tehetnek a felhasználóknak, amelyek hozzájárulnak ahhoz, hogy a felhasználók jobb, adatvezérelt döntéseket hozzanak (data driven decision making) (Sterne 2017).

A digitális asszisztensek működési elve és felhasználásuk

A digitális asszisztensek kombinálják a beszédfelismerést (speech recognition), a nyelvi megértést (language understanding), a párbeszédkezelést (dialogue management), a nyelvgenerálást (language generation) és a beszédszintézist (speech synthesis), hogy válaszoljanak a felhasználók részéről jövő lekérdezésekre, kérésekre és kérdésekre (Siddike et al. 2018). Működésüket tekintve a digitális asszisztensek hangfelismerő és természetes nyelvi feldolgozási algoritmusokat használnak: első lépésben a DA a beépített mikrofon által meghallgatják és rög-

zítik a felhasználó parancsát (beszédfelismerés), ezt követően, interneten keresztül, a felvételt elküldik egy természetes nyelvfeldolgozó szervernek, ez a szerver pedig értelmezi a rögzített hangokat (nyelvi megértés) és megfelelő választ küld (szövegkimenetel) (Han–Yang 2018).

Lison és Meena (2014) szerint a beszédfelismerést és a nyelvi megértést követő szakaszban a DA az inputnak (a felhasználó kérdése, kérése, utasítása) *leginkább megfelelő* (válasz) művelet kiválasztása során figyelembe veszi a felismert kifejezés jelentését, a párbeszéd aktuális állapotát, és a felhasználó és a rendszer között megosztott korábbi információkat (a párbeszédkezelőn keresztül), ezt követi a felhasználónak szánt tartalom megtervezése, azaz a válasz generálása (a beszédszintézis által) és kibocsátása (Lison–Meena 2014). Néhány DA (például a Siri és a Google Assistant) a megfelelő válaszok megalkotásához, az adatokhoz való hozzáférési engedély birtokában, a felhasználó mobiltelefonján elérhető információkat is felhasználja (Milhorat et al. 2014). Az utóbbi években nemcsak a hang, hanem az érzelemfelismerő technikák is kifejlesztésre kerültek, amelyek a felhasználó arckifejezéseinek rögzítésével és értelmezésével működnek (Knight 2016).

A kereskedelmi forgalomban levő digitális asszisztensek négy különböző módon érhetők el: 1. operációs rendszerbe beágyazott külön funkció formájában (Apple Siri, Google Now), 2. letölthető mobilalkalmazások formájában (Amazon Alexa), 3. speciális hardvereszközökre (okostelefon, okosóra, okoshangszórók, PC-k, laptopok) telepítve (Amazon Echo, Google Home) és robotok formájában (JIBO). Jelenleg a piacon az okoshangszóró (intelligent speaker) típusú DA-k a legnépszerűbbek (Han–Yang 2018). Továbbá a hangalapú digitális asszisztensek (Siri, Google Assistant, Microsoft Cortana és Amazon Alexa) olyan széles körben, okostelefonon keresztül elérhető alkalmazások, melyek a felhasználó házát (Amazon Echo, Google Home), illetve autóját (a Google Assistant integrálása bizonyos Hyundai típusú járművekbe) érintő feladatok megoldásában nyújtanak segítséget (Cowan et al. 2017).

Az 1. táblázat összefoglalja azon feladatokat, amelyeket az előzőekben említett néhány digitális asszisztens képes elvégezni, illetve azokat a platformokat, amelyeket adott asszisztens a feladat elvégzése során használ. A digitális asszisztensek jelentőségét mutatja az is, hogy előrejelzések szerint a DA-k piacának értéke 2020-ra eléri a 4,61 milliárd dolláros értéket (Kamitis 2016).

1. táblázat. Néhány digitális asszisztens bemutatása

Megnevezés	Funkcionalitás	Használt platform
Apple Siri	• üzenetek küldése, hívások indítása és helyfoglalás étteremben • legjobb útvonalak megtervezése és azok közlése A pontból B pontba • ébresztőóra beállítása • kérdések feltevése • a felhasználó hangjának használata távvezérlőként a csatlakoztatott okoseszközök használata során • Wikipédia és Yelp használata a felhasználó kérdéseinek megválaszolása céljából	Az Apple platformja Wikipedia Yelp
IBM Watson	• Watson Engagement Advisor: kapcsolatba lép a felhasználóval, meghallgatja a kérdéseit és megoldásokat nyújt • Watson Explorer: hozzáfér adatbázisokhoz, elemez strukturált és nem strukturált adathalmazokat • Watson Discovery Adviser: kapcsolatokat teremt adatpontok között • Watson Oncology: páciensek orvosi adatait elemzi azért, hogy megalapozott kezelési javaslatokat tegyen	IBM Bluemix
Google Now, Brain, AlphaGo, Home, Assistant	• kérdésekre válaszol, javaslatokat tesz, feladatokat végez el a felhasználó kéréseinek megfelelően • hang- és írásalapú kommunikációra is képes a felhasználóval • Google Home: hangalapú eszköz, amely Google-keresések alapján válaszolja meg a felhasználó kérdéseit, elindítja a zenelejátszót, egyéb hétköznapi feladatokat végez el	A Google platformja
Amazon Alexa	• hangalapú kommunikációt folytat • elindítja a zenelejátszót, összeírja a teendők listáját, ébresztőórát állít be, podcasteket és hangoskönyveket közvetít, információt nyújt az időjárásról, a forgalom helyzetéről és egyéb valós idejű eseményekről • képes irányítani bizonyos típusú okoseszközöket	Az Amazon platformja
Microsoft Adam, Braina, Cortana	• képes emlékeztetőket beállítani, térképeket használni, e-maileket megírni és elküldeni, kereséseket futtatni • informálja a felhasználót a repjülőjegy foglalásáról és a legfrissebb hírekről	A Microsoft platformja

Forrás: Siddike et al. 2018

A digitális asszisztensek használatát vizsgáló kutatások összefoglalása

Az elmúlt években több, a digitális asszisztensekkel kapcsolatos tanulmány is megjelent. A Creative Strategies felmérése szerint az iPhone-felhasználók 98%-a használta már Siri-t, a digitális asszisztenst, ebből azonban csak 30% azok aránya, akik rendszeresen használják a DA-t, de ez a jelenség nemcsak a Siri esetében tapasztalható, a többi DA-t (Alexa, Cortana, Google Assistant) is érinti (Milanesi 2016). Luger és Sellen (2016) olyan felhasználókat vizsgált, akik rendszeresen használják a digitális asszisztensüket, és arra a következtetésre jutottak, hogy a felhasználók DA-val szembeni elvárásai jóval alacsonyabbak annál, mint amit a technológia nyújtani tud. Kiseleva és társai (2016) azt vizsgálták, hogy a DA által elvégzett feladattal szembeni elégedettség változik-e a felhasználási területek, körülmények függvényében.

Cowan és társai (2017) azokat a felhasználókat vizsgálták, akik kipróbálták a DA-t, de csupán alkalmanként használják azt. A rendszertelen használat okai között olyan tényezők találhatók, mint kulturális szokások, normák, illetve a feszültség, zavar azt illetően, hogy mások mit gondolnak (social embarrassment) (Cowan et al. 2017). Babic és társai (2018) szerint a VA-k széles körű elfogadását befolyásoló egyik legfontosabb tényező a minőség, mely ebben az esetben a használhatóság (usability) és a felhasználói élmény (user experience) együttese.

Manikonda és társai (2018) a felhasználói igényeket (user preferences) és az adatvédelemmel kapcsolatos aggályokat vizsgálták a DA-kat illetően, és megállapították, hogy több adatvédelmi probléma is jelentkezik a DA-k használata során, ilyenkor pedig a felhasználók gyakran visszaviszik a terméket az eladónak, lenémítják az eszköz mikrofonját, amelyen a DA-t használták, vagy leszűkítik a DA által végzett feladatok listáját (például csak ébresztőóra beállítása). Siddike és társai (2018) rámutattak arra, hogy a DA használata javítja az egyén (felhasználó) teljesítményét, vagyis azok a felhasználók, akik sikeres interakciókat bonyolítanak le a DA-val, fejleszthetik tudásukat és intelligenciájukat. Továbbá kimutatták azt is, hogy a DA sikerességének kulcsa a bizalomban (trust), titoktartásban (privacy), alaposságban (accuracy) és könnyű használatban (ease of use) rejlik (Siddike et al. 2018).

Jiang és társai (2015) elsőként dolgoztak ki egy olyan automatikus módszert, amelynek segítségével a hangalapú digitális asszisztensek által elvégzett feladatokkal szembeni elégedettség mérhető, illetve ez alapján a különböző DA-k és az általuk elvégzett feladatok összehasonlíthatók. A módszer által

beazonosíthatóak a DA által elvégzett, a fogyasztó által megfelelőnek és a nem megfelelőnek értékelt munkamenetek (sessions) (Jiang et al. 2015). Sano és társai (2016) egy kereskedelmi DA felhasználói adatainak felhasználásával egy olyan modellt dolgoztak ki, amely által előre jelezhető a potenciális felhasználók DA-val szembeni elkötelezettsége. Han és Yang (2018) olyan átfogó kutatási modellt dolgozott ki, amely magyarázza a felhasználók DA-val szembeni elfogadásával és használatával kapcsolatos tényezőket. Eredményeik alapján a DA-k elfogadását befolyásoló tényezők az interperszonális vonzerő (interpersonal attraction) mint a feladat (task attraction), társadalmi (social attraction) és fizikai (physical attraction) vonzerő, továbbá a biztonsági, adatvédelmi kockázat (Han–Yang 2018).

Néhány DA-val kapcsolatos kutatás bizonyos csoportok vizsgálatával foglalkozott. Wulf és társai (2014) a digitális asszisztensek használatát idősek körében vizsgálták, Lovato és Piper (2015) pedig a gyerekek körében. Babic és társai (2018) a felsőoktatási rendszerben alkalmazott digitális asszisztensekkel szemben észlelt felhasználói élményt és teljesítményt vizsgálta, a vizsgált csoportot pedig a diákság képezte.

Összegezve, a digitális asszisztenseket vizsgáló eddigi kutatások nagy része a DA-val szembeni elégedettség, illetve az azt befolyásoló tényezők vizsgálatára, a DA elfogadását befolyásoló tényezők beazonosítására, valamint a használat során felmerülő problémák és azok okainak feltárására irányult. A DA-val szembeni használati szándék, illetve az azt befolyásoló tényezők vizsgálatával kevés számú tudományos munka foglalkozott annak ellenére, hogy a használati szándék szoros összefüggésben van a tényleges használattal (Venkatesh et al. 2003). Siddike és társai (2018) szerint a DA-k a jövőben mindenféle foglalkozás és társadalmi szerep betöltésére alkalmasak lesznek a szolgáltatási rendszerekben, ezzel veszi majd kezdetét az okos, emberközpontú szolgáltatási rendszerek korszaka (smart, people-centered service systems). Azaz a digitális asszisztensek hozzájárulnak a fogyasztói szokások, ezáltal pedig a szolgáltatások, a szolgáltatási folyamatok átalakulásához. A szolgáltatási rendszerek emberközpontúbbá válnak a digitális asszisztenseknek köszönhetően, a vállalatoknak és a marketingszakembereknek pedig egyaránt reagálniuk kell erre a folyamatra.

A technológiaelfogadás és -használat egységesített elméletének bemutatása

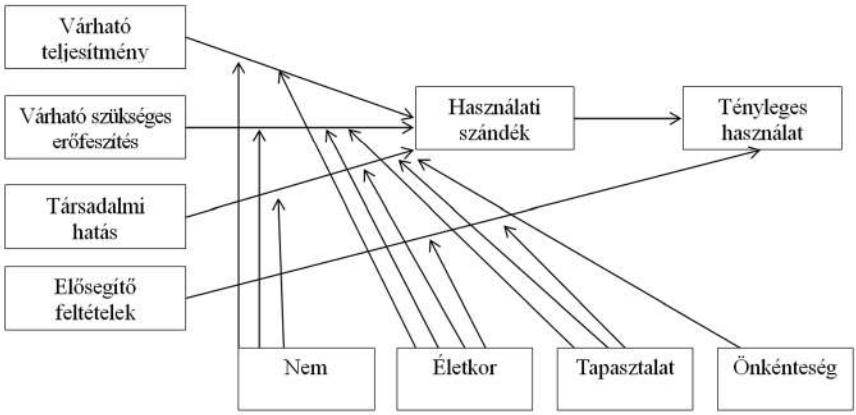
Coskun és társai (2017) szerint az új technológiák nagyközönség általi elfogadása és adaptálása érdekében szükség van a jövőbeli felhasználók elvárásainak

megismerésére és megértésére. Ezért a digitális asszisztensekkel szembeni használati szándékot befolyásoló tényezők beazonosítása fontos és szükségszerű lépése a technológia implementálásának. A DA-k felhasználók általi elfogadásának és a használati szándék vizsgálata céljából a technológiaelfogadás és -használat egységesített elméletét (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, rövidítve UTAUT) bizonyul a legmegfelelőbbnek.

Az UTAUT-modellt Venkatesh dolgozta ki 2003-ban, nyolc korábbi elmélet felülvizsgálata és integrálása során, melyek a következők: a logikus cselekvések elmélete (Theory of Reasoned Action – TRA), a tervezett viselkedés elmélete (Theory of Planned Behaviour – TPB), a technológiaelfogadás-modell (TAM), a motivációs modell, a TAM-ot és a TPB-t kombináló modell, a személyi számítógép használatának modellje, a Rogers-féle diffúziós elmélet és a társadalmi kognitív elmélet (Williams et al. 2015; Keszei–Zsukk 2017).

Keszei és Zsukk (2017) összefoglalása szerint az UTAUT-modell célja az, hogy egy eszközt biztosítson a menedzserek számára, amely által megbecsülhetik egy új technológia bevezetéséhez fűzött siker valószínűségét, megérthetik az új technológia elfogadásához kapcsolódó tényezőket, illetve megtervezhetik az esetleges beavatkozási lépéseket is. A modell (1. ábra) négy eleme – a várható teljesítmény (VT, performance expectancy), a várható szükséges erőfeszítés (VSZE, effort expectancy), a társadalmi hatás (TH, social influence) és az elősegítő feltételek (EF, facilitating conditions) – közvetlenül a használati szándékot (HSZ, behavioural intention) és közvetetten a tényleges használatot (TéH, use behaviour) befolyásoló tényezők. A fenti négy tényező hatásának mértékét pedig a modellben moderáló tényezőként megjelenő nem, életkor, tapasztalat és a használat önkéntességének mértéke befolyásolja.

A várható teljesítmény azt fejezi ki, hogy a rendszer milyen mértékben segíti a felhasználót a jobb munkateljesítmény elérésében. A várható szükséges erőfeszítés fejezi ki azt, hogy a felhasználó véleménye szerint mennyi energiafelhasználásra lesz szükség részéről a rendszer használatához. A társadalmi hatás azt fejezi ki, hogy a felhasználó mennyire érzi fontosnak a rendszer használata közben azt, hogy mit gondolnak a számára fontos személyek. Az elősegítő feltételek pedig a tényleges használatra közvetlenül hatással lévő tényezőket, azaz ezeknek a felhasználó rendelkezésére állásának mértékét foglalják magukba (Venkatesh 2003; Keszei–Zsukk 2017).



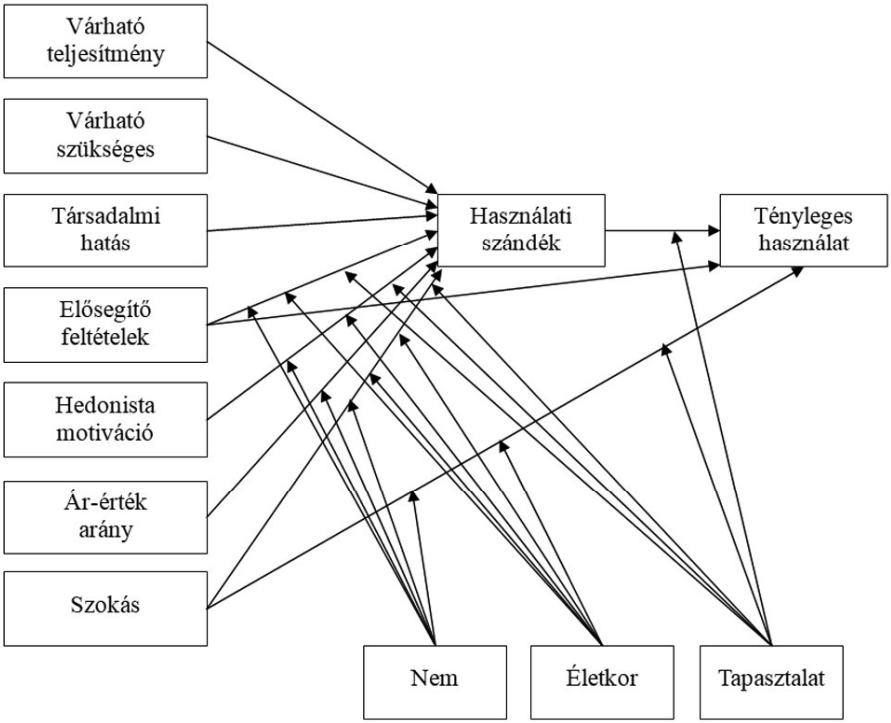
Forrás: Venkatesh et al. 2003

1. ábra. A technológiaelfogadás és -használat egységesített elmélete (UTAUT)

Nysveen és Pedersen (2016) összefoglalása szerint a modell megjelenése és elterjedése után az UTAUT-t (illetve kiegészített változatait) több kutatásban is felhasználták a fogyasztók technológiaelfogadásának és -használati szándékának vizsgálata céljából. Ezért Venkatesh és társai (2012) megalkották az UTAUT2 modellt, melynek célja az volt, hogy a szakemberek azon technológiák várható elfogadását is mérni tudják, amelyek a mindennapi használatra is alkalmasak. Az UTAUT2 (2. ábra) az elődjéhez képest nem tartalmazza a használat önkéntességének mértékét kifejező változót, mert azt feltételezi, hogy egy hétköznapi használatra szánt technológia alkalmazása önkéntes alapon történik.

A várható teljesítmény, a várható szükséges erőfeszítés, a társadalmi hatás és az elősegítő feltételek mellett megjelenik a modellben három új elem: a hedonista motiváció (HM), az ár-érték arány (ÁÉA) és a szokás (SZo). A hedonista motiváció arra vonatkozik, hogy a vizsgált technológia használata milyen mértékben okoz örömet, szórakozást a felhasználónak. Mivel ebben a modellben a vizsgálat tárgyát képező technológia hétköznapi használati célt szolgál, ezért annak költségét a felhasználó szenvedi el, ezért vált indokolttá beemelni a modellbe az ár-érték tényezőt. Ennek lényege az, hogy minél alacsonyabb a technológia pénzbeli költsége és minél magasabb a technológia használata során észlelt hasznosság,

annál elégedettebb lesz a felhasználó. A szokás változó arra vonatkozik, hogy ha az egyén már használt korábban egy, a vizsgálat tárgyához hasonló technológiát, akkor annak továbbfejlesztett változatát nagyobb valószínűséggel fogadja el, mint ha egy olyan technológiáról lenne szó, amivel azelőtt semmilyen tapasztalata sem volt (Venkatesh et al. 2012; Keszei–Zsukk 2017).



Forrás: Venkatesh et al. 2012

2. ábra. A technológiaelfogadás és -használat egységesített elmélete 2 (UTAUT2)

A technológiaelfogadás és -használat egységesített elméletének alkalmazása

Az UTAUT és az UTAUT2 modelleket több kutatásban is felhasználták a különböző innovációk, technológiák és eszközök elfogadásával és használatával kapcsolatos vizsgálatok céljából. Williams és társai (2015) elkészítették az UTAUT-modellt alkalmazó kutatások összefoglalóját, melyből kiderül,

hogy melyek voltak a legtöbbször használt kutatási és elemzési módszerek, illetve az, hogy a modell mely változói magyarázták legjobban az elfogadással és használattal kapcsolatos összefüggéseket. A kutatás során 142 tanulmányban hasonlították össze az azokban szereplő eredményeket az UTAUT-modellben szereplő változók magyarázóerejét vizsgálva (2. táblázat). Az eredmények alapján a használati szándékot legnagyobb mértékben magyarázó változó (legtöbb azonosított szignifikáns és pozitív kapcsolat) a várható teljesítmény (Williams et al. 2015). Venkatesh és társai (2003) is arra a következtetésre jutottak, hogy a várható teljesítmény a használati szándékot leginkább magyarázó változó, továbbá, hogy a várható szükséges erőfeszítés magyarázóereje az UTAUT keretrendszerben viszonylag gyenge. Marchewka és Kostiwa (2007) azonban arra jutottak, hogy a várható szükséges erőfeszítés egy új technológia használatának kezdeti szakaszában kiemelkedőbb jelentőséggel bír. Több kutatás is azt jelezte, hogy az elősegítő feltételek változó mérsékelt, pozitív, prediktív kapcsolatban állnak a használati szándékkal (Lowenthal 2010; Wang et al. 2009). Venkatesh és társai (2003) megállapították, hogy a társadalmi hatás és a használati szándék között pozitív, prediktív kapcsolat van. A hedonista motivációt több kutatásban is összefüggésbe hozták a fogyasztóknak szánt technológiák használatával, az azokkal kapcsolatos használati szándékkal (Brown–Venkatesh 2005; Venkatesh et al. 2012). Ezen felül, egy technológia szórakoztató jellege döntő szerepet játszik a technológia elfogadása és használata szempontjából (Brown–Venkatesh 2005; Childers et al. 2001).

2. táblázat. Az UTAUT-modell változói közötti kapcsolatot vizsgáló tanulmányok száma

Vizsgált kapcsolat	VT-HSZ	VSZE-HSZ	TH-HSZ	EF-HSZ	EF-TH	HSZ-TH
Szignifikáns kapcsolat	93	64	86	32	36	49
Nem szignifikáns kapcsolat	23	46	29	15	18	11
Negatív kapcsolat	0	0	0	1	0	1
Nem tesztelt	33	39	34	101	95	88
Összes	149	149	149	149	149	149
Összes vizsgált kapcsolat	116	110	115	48	54	61
Összes szignifikáns kapcsolat	93	64	86	33	36	50
Magyarázóerő	93/116	64/110	86/115	33/48	36/54	50/61
	=0,80	**=0,58**	**=0,75**	**=0,69**	**=0,67**	**=0,82**

Forrás: Williams et al. 2015

Mindebből megállapítható, hogy minél nagyobb a szórakozás vagy öröm, amivel a technológia használata jár, annál valószínűbb, hogy a fogyasztók elfogadják az adott technológiát és annál nagyobb a technológiával szembeni használati szándék.

A kutatás módszertana

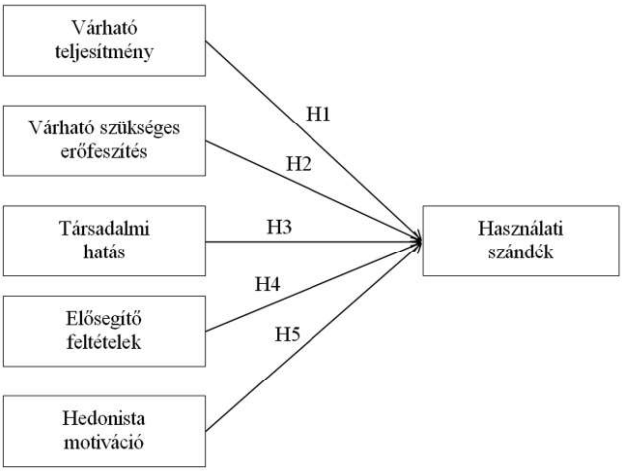
Kutatási kérdések és hipotézisek

A digitális asszisztensekkel foglalkozó kutatások tanulmányozását követően a következő kutatási kérdéseket fogalmaztuk meg:

1. Milyen tényezők befolyásolják a potenciális felhasználók digitális asszisztensekkel szembeni használati szándékának kialakulását?
2. A beazonosított tényezők milyen mértékben befolyásolják a digitális asszisztensekkel szembeni használati szándékot?

A fenti kutatási kérdések megválaszolása céljából, az UTAUT2 modellből kiindulva, megalkottuk a jelen kutatásban alkalmazott koceptuális modellt (3. ábra). A vonatkozó szakirodalom tanulmányozását követően azonosítottuk azt az öt változót, amelynek a legnagyobb magyarázóereje lehet a digitális asszisztensekkel szembeni használati szándékot illetően. A konceptuális modellben szereplő változók közötti nyilak jelzik a kutatási hipotéziseket, melyek a következők:

1. hipotézis (H1+): A digitális asszisztens várható teljesítménye és az azzal szembeni használati szándék között szignifikáns és pozitív kapcsolat van.
2. hipotézis (H2+): A digitális asszisztens használatával kapcsolatos várható szükséges erőfeszítés és az azzal kapcsolatos használati szándék között szignifikáns és pozitív kapcsolat van.
3. hipotézis (H3+): A digitális asszisztens használatával kapcsolatos társadalmi hatás és az azzal szembeni használati szándék között szignifikáns és pozitív kapcsolat van.
4. hipotézis (H4+): A digitális asszisztens használatát elősegítő feltételek és az azzal szembeni használati szándék között szignifikáns és pozitív kapcsolat van.
5. hipotézis (H5+): A digitális asszisztens használatával kapcsolatos hedonista motiváció és az azzal szembeni használati szándék között szignifikáns és pozitív kapcsolat van.



Forrás: saját szerkesztés

3. ábra. A kutatás konceptuális modellje

Adatgyűjtés

A kutatási kérdések megválaszolása és a hipotézisek tesztelése céljából kvantitatív kutatást végeztünk. Kutatásunk fő eszköze a kérdőíves megkérdezés volt. A kérdőívet magyar nyelven készítettük el.

A kérdőív elején rövid leírásban tájékoztattuk a kitöltőket a kutatás céljáról, ezt követően pedig egy, a digitális asszisztensek bemutatását szolgáló esetleírást olvashattak a válaszadók. A kérdőív összesen nyolc kérdést tartalmazott (1. melléklet). Az első kérdés arra vonatkozott, hogy a kitöltő hallott-e már a digitális asszisztensekről („igen", „nem", „nem emlékszik").

A konceptuális modellben szereplő változók mérése céljából több tételből álló kérdéssort állítottunk össze, amely által a válaszadók digitális asszisztenssel szembeni elvárásait vizsgáltuk a várható teljesítmény, a várható szükséges erőfeszítés, a társadalmi hatás, a használatot elősegítő feltételek és a használatot befolyásoló hedonista motiváció vonatkozásában, illetve kitértünk a használati szándék mértékére (3. táblázat).

A válaszadóknak 5 fokú Likert-skálán kellett kiértékelniük az egyes kijelentésekkel kapcsolatos egyetértésük fokát, ahol az 1-es érték az „egyáltalán nem értek egyet", a 3-as érték a „közömbös számomra", míg az 5-ös érték a „teljes mértékben egyetértek" állításoknak felelt meg. Végül a válaszadók szociodemográfiai jellemzőire kérdeztünk rá (nem, kor, iskolai végzettség, foglalkozás, lakhely, havi bruttó jövedelem).

3. táblázat. A konstruktumok mérésére szolgáló kérdések

Változó	Tétel
Várható teljesítmény (VT)	VT1: A digitális asszisztens hasznos lenne a mindennapi életemben.
	VT2: A digitális asszisztens használata hozzásegítene ahhoz, hogy megvalósítsam a számomra fontos dolgokat.
	VT3: A digitális asszisztens használata segítene abban, hogy gyorsabban megvalósítsam a teendőimet.
	VT4: A digitális asszisztens használata segítene abban, hogy produktívabb legyek.
Várható szükséges erőfeszítés (VSZE)	VSZE1: A digitális asszisztens használatának megtanulása könnyen menne számomra.
	VSZE2: A digitális asszisztenssel való interakció egyértelmű és érthető lenne számomra.
	VSZE3: A digitális asszisztens használata könnyűnek tűnik számomra.
	VSZE4: Könnyű lenne számomra az, hogy gyakorlottá váljak a digitális asszisztens használatát illetően.
Társadalmi hatás (TH)	TH1: A számomra fontos emberek szerint használnom kéne a digitális asszisztenst.
	TH2: Azon emberek szerint, akiknek a véleményére adok, használnom kellene a digitális asszisztenst.
	TH3: Azok az emberek, akiknek a véleményére adok, szeretnék, hogy használjam a digitális asszisztenst.
Elősegítő feltételek (EF)	EF1: Rendelkezésemre állnak a megfelelő eszközök arra, hogy használjam a digitális asszisztenst.
	EF2: Rendelkezésemre áll a digitális asszisztens használatához szükséges tudás.
	EF3: A digitális asszisztens kompatibilis más olyan technológiákkal, amiket használok.
	EF4: Abban az esetben, ha nehézségem támad a digitális asszisztens használata közben, segítséget kérhetek másoktól.
Hedonista motiváció (HM)	HM1: A digitális asszisztens használata viccesnek tűnik.
	HM2: A digitális asszisztens használata élvezetesnek tűnik.
	HM3: A digitális asszisztens használata szórakoztatónak tűnik.
Használati szándék (HSZ)	HSZ1: A jövőben szeretnék digitális asszisztenst használni.
	HSZ2: Tervezem, hogy a jövőben digitális asszisztenst használok.
	HSZ3: Gyakran használnám a digitális asszisztenst a feladataim elvégzése során.

Forrás: saját szerkesztés Venkatesh et al. (2012) és Siow (2016) alapján

Az adatgyűjtés hólabda mintavételi eljárással, online, a Google Űrlapok szolgáltatás alkalmazásával valósult meg 2019. április–május között. A végső minta N=123 fős volt. Az adatokat az SPSS statisztikai szoftverben és a Smart PLS 3.0 szoftverben (Ringle et al. 2015) dolgoztuk fel.

Adatok feldolgozása és eredmények

A kérdőíves kutatás során összesen 123 romániai és magyarországi válaszadótól gyűjtöttünk adatot. A válaszadók többsége (63,4%) nő, 46,3%-a 21 év alatti, míg 48,8%-a 22–31 év közötti, 87,8% városon él, az iskolai végzettséget tekintve 42,3% líceumot vagy szakiskolát, 39% pedig egyetemi alapképzést végzett. A válaszadók többsége (74,4%) diák, 14,6% pedig alkalmazott. A havi bruttó jövedelmet vizsgálva az látszik, hogy 50,4% 1000 RON alatti összegből gazdálkodik havonta (ami érthető, hiszen a legtöbb válaszadó még diák, nem rendelkezik saját keresettel), 14,6% 1001 és 1500 RON közötti összegből él, míg 12,2% 3000 RON fölött keres. A megkérdezettek 69,1%-a hallott már a digitális asszisztensekről, míg 28,5% nem találkozott még a jelenséggel (4. táblázat).

4. táblázat. A válaszadók szociodemográfiai adatainak összefoglalása

Jellemző		Gyakoriság (fő)	Megoszlás (%)
Nem	Nő	78	63,4
	Férfi	45	36,6
Életkor	21 alatt	57	46,3
	22–31 év között	60	48,8
	32–41 év között	3	2,4
	41 fölött	3	2,4
Lakhely	Falu	15	12,2
	Város	108	87,8
Iskolai végzettség	Gimnázium	10	8,1
	Líceum/szakiskola	52	42,3
	Alapképzés	48	39,0
	Mesterképzés	11	8,9
	Doktori képzés	2	1,6
Foglalkozás	Diák	91	74,0
	Alkalmazott	18	14,6
	Vállalkozó	8	6,5
	Egyéb	6	4,9

Jellemző		Gyakoriság (fő)	Megoszlás (%)
Havi bruttó jövedelem	1000 RON alatt	62	50,4
	1001–1500 RON között	18	14,6
	1501–2000 RON között	12	9,8
	2001–2500 RON között	10	8,1
	2501–3000 RON között	6	4,9
	3000 RON fölött	15	12,2
Hallott-e a VA-ról?	Igen	85	69,1
	Nem	35	28,5
	Nem emlékszik	3	2,4

Forrás: saját szerkesztés

Az 5. táblázat a konceptuális modellre vonatkozó leíró statisztikai elemzést foglalja össze. A várható teljesítményre vonatkozó kijelentések esetében az átlag 2,98 és 3,46 közötti értékkel rendelkezik, vagyis a válaszadók többsége a „részben nem értek egyet" és „semleges számomra" válaszokat jelölte meg.

Érdekesség, hogy „a digitális asszisztens hasznos lenne a mindennapi életemben" kijelentés esetében az átlag 3,46, azaz a legtöbb válaszadó a „közömbös számomra" és a „részben egyetértek" válaszlehetőséget adta, míg „a digitális asszisztens használata segítene abban, hogy produktívabb legyek" kijelentés esetében az érték 2,98, azaz a legtöbben a „részben nem értek egyet" és a „közömbös számomra" választ adták. A várható szükséges erőfeszítésre vonatkozó állítások esetében az átlag 4,11 és 4,26 közötti értéket mutat, ami azt jelenti, hogy az adott kijelentésekhez tartozó legtöbb válasz a „részben egyetértek" és a „teljes mértékben egyetértek" volt. Ez arra utal, hogy a válaszadók többsége úgy gondolja, a DA használata könnyű, könnyen megtanulná kezelni, használni az eszközt, a DA-val való interakció egyértelmű és érthető lenne számára, illetve könnyen gyakorlottá válna annak használatában.

A társadalmi hatásra vonatkozó kijelentések esetében az átlag 1,89 és 1,96 közötti értéket mutat, tehát az idekapcsolódó kijelentésekkel a túlnyomó többség egyáltalán vagy részben nem értett egyet. Az elősegítő feltételekre és a hedonista motivációra vonatkozó kijelentések esetében az érték 3,28 és 3,74 között mozog, vagyis a többség a „közömbös számomra" és a „részben egyetértek" válaszokat jelölte meg. A használati szándék esetében az átlag 2,74 és 2,98 közötti, vagyis a legtöbb válaszadó részben nem ért egyet vagy közömbös azt illetően, hogy a jövőben szeretne, illetve tervez DA-t használni, valamint gyakran használná a DA-t a feladatai elvégzése során (5. táblázat).

5. táblázat. A konceptuális modellre vonatkozó leíró statisztikai elemzés összefoglalása

Mutató	Átlag	Szórás	N	Mutató	Átlag	Szórás	N
VT1	3,46	1,263	123	EF1	3,28	1,511	123
VT2	2,92	1,198	123	EF2	3,72	1,243	123
VT3	3,39	1,232	123	EF3	3,28	1,271	123
VT4	2,93	1,275	123	EF4	3,74	1,253	123
VSZE1	4,26	1,023	123	HM1	3,41	1,179	123
VSZE2	4,11	1,062	123	HM2	3,57	1,124	123
VSZE3	4,14	1,027	123	HM3	3,57	1,131	123
VSZE4	4,19	0,986	123	HSZ1	2,98	1,426	123
TH1	1,90	1,112	123	HSZ2	2,78	1,400	123
TH2	1,96	1,148	123	HSZ3	2,74	1,431	123
TH3	1,89	1,132	123				

Forrás: saját szerkesztés

Érvényesség és megbízhatóság tesztelése

A kis mintaelemszám (123) miatt a parciális legkisebb négyzetek – strukturális egyenletek modellezési technikáját (PLS-SEM) használtuk a változók közötti kapcsolatok vizsgálata céljából (Hair et al. 2014). A PLS-SEM algoritmusait a SmartPLS 3.0 statisztikai szoftver segítségével futtattuk le (Ringle et al. 2015).

A modellezés során 6 változó közötti, előzetesen feltételezett kapcsolat meglétét és a kapcsolat erejét teszteltük. Azt vizsgáltuk, hogy a digitális asszisztens várható teljesítménye, a várható szükséges erőfeszítés, a társadalmi hatás, az elősegítő feltételek és a hedonista motiváció (független változók) milyen mértékben befolyásolják a digitális asszisztenssel szembeni használati szándékot, illetve annak kialakulását (függő változó). Fontos megjegyezni, hogy a PLS-SEM módszertan az SPSS statisztikai elemző program által használt módszertantól eltérő számítási módszert használ a látens változók (a kutatási modellben szereplő változók: VT, VSZE, TH, EF, HM, HSZ) és indikátoraik (a kérdőíves kutatás során használt kijelentések, amelyekkel a kutatási modellben szereplő változókat mértem: VT1, VT2, VT3, VT4, VSZE1, VSZE2, VSZE3, VSZE4, TH1, TH2, TH3, EF1, EF2, EF3, EF4, HM1, HM2, HM3, HSZ1, HSZ2, HSZ3) közötti, valamint az indikátorok közötti érvényességek és megbízhatóságok mérésére (Henseler–Sarstedt 2013), így lehetőség nyílt a változók mutatóinak újabb értelmezésére. A PLS algoritmus futtatásának folyamatában a PLS algoritmus alapértelmezett *path* súlyozási sémáját (path weighting scheme) használtuk. Az adatokat z-standardizált formában dolgoztuk fel. A maximális iterációk szintjét 300-as értéken

hagytuk, a bootstrapping algoritmus esetén pedig egy 500-as értékű bootstrap resamples beállítással dolgoztunk (Hair et al. 2014; Henseler et al. 2014).

A kutatási modell elemzésének első lépése a látens változók és az indikátorváltozók közötti, valamint az indikátorok egymás közötti megbízhatóságának és érvényességének becslése. Ennek érdekében megvizsgáltuk azokat a mérőszámokat, amelyeket a legújabb PLS-módszertan ajánl ezekben az esetekben (Hair et al. 2014; Henseler et al. 2014). Az említett mérőszámok a következők:

- indikátormegbízhatóság (indicator reliability): a konstruktumok és indikátoraik közötti értékek (path loadings) elemzése,
- belső konzisztencia-megbízhatóság (internal consistency reliability): Cronbach Alfa, kompozit-megbízhatóság és Dijkstra és Henseler ρA száma,
- konvergens érvényesség (convergent validity): AVE-mutató (average variance extracted).
- összegző modell-illeszkedés (overall model fit assessment): SRMR-mutató.

A legfontosabb érvényességi mutatókat a 6. táblázatban foglaltuk össze. Az indikátormegbízhatóság értékelésére a 0,7-es értéket tekintettük mérvadónak (Hair et al. 2014), ezért azon indikátorokat, amelyek nem érték el ezt az értéket, eltávolítottuk a modellből (EF4 és HM1), és újra lefutattuk az elemzést. Az EF4 és HM1 indikátorok nélkül lefuttatott elemzésben már minden indikátor megfelelt az indikátormegbízhatóság 0,7-es küszöbkritériumának.

A belső konzisztencia-megbízhatóságot a Cronbach Alfája, a kompozit-megbízhatóság, illetve Dijkstra és Henseler ρA száma alapján vizsgáltuk. A kompozit-megbízhatóság, a Cronbach Alfa és a Dijkstra-Henseler ρA mutatók minden esetben a 0,7-es küszöb fölötti értékkel rendelkeznek, így ezek elfogadhatók.

A konvergens érvényességet vizsgáló AVE mutató minden esetben elfogadható, hiszen a 0,5-ös küszöbérték fölötti értékekkel rendelkezik, tehát a konvergens érvényesség megfelelő minden konstruktum esetén. A modell illeszkedésének felmérését az SRMR mutatóval jellemeztük (Henseler 2015). A mutatónak 0,8 alatti értékkel kell rendelkeznie ahhoz, hogy az illeszkedés elfogadható legyen. Jelen esetben az érték 0,059, azaz a modell illeszkedése elfogadható. Végül megvizsgáltuk a diszkriminánsérvényességet (2. melléklet).

Hipotézistesztelés

A látens változók és az indikátorváltozók közötti, valamint az indikátorok egymás közötti megbízhatóságának és érvényességének becslése után a következő lépés a bootstrapping algoritmus lefuttatása a kutatási hipotézisek tesztelése céljából. Az eljárás eredményeit a 7. táblázatban foglaltuk össze.

6. táblázat. A legfontosabb érvényességi mutatók összefoglalása

Konstruktumok	Súly	Faktor-súly	AVE	Cronbach Alfája	Kompozit-megbízhatóság	ρA
VT			0,765	0,897	0,929	0,899
VT1	0,291	0,854				
VT2	0,302	0,902				
VT3	0,260	0,892				
VT4	0,291	0,849				
VSZE			0,808	0,921	0,944	0,944
VSZE1	0,234	0,893				
VSZE2	0,248	0,891				
VSZE3	0,283	0,895				
VSZE4	0,347	0,915				
TH			0,941	0,969	0,980	0,970
TH1	0,361	0,970				
TH2	0,331	0,975				
TH3	0,339	0,966				
EF			0,656	0,762	0,850	0,875
EF1	0,352	0,830				
EF2	0,594	0,867				
EF3	0,267	0,725				
HM			0,877	0,860	0,935	0,870
HM2	0,567	0,945				
HM3	0,500	0,928				
HSZ			0,896	0,942	0,963	0,942
HSZ1	0,352	0,952				
HSZ2	0,351	0,955				
HSZ3	0,353	0,934				

Forrás: saját szerkesztés

7. táblázat. A hipotézisvizsgálat eredményének összefoglalása

Hipotézis		Út együttható (path coefficient)		Szórás	T-statisztika	P érték	Szignifikáns kapcsolat?
		Eredeti minta	Minta-átlag				
H1(+)	VT → HSZ	0,421	0,425	0,080	5,287	0,000	van
H2(+)	VSZE → HSZ	0,145	0,140	0,067	2,164	0,031	van
H3(+)	TH → HSZ	0,265	0,261	0,061	4,330	0,000	van
H4(+)	EF → HSZ	0,018	0,036	0,066	0,274	0,784	nincs
H5(+)	HM → HSZ	0,262	0,256	0,069	3,800	0,001	van

Forrás: saját szerkesztés

A 7. táblázat alapján a következő összefüggések állnak fenn:

A digitális asszisztens várható teljesítménye (VT) szignifikánsan és pozitívan befolyásolja a használati szándékot (út együttható=0,421, p<,01), így *az első hipotézist elfogadjuk (H1)*.

A digitális asszisztens használatával kapcsolatos várható szükséges erőfeszítés (VSZE) szignifikánsan és pozitívan befolyásolja a használati szándékot (út együttható=0,145, p<,05), így *a második hipotézist elfogadjuk (H2)*.

A digitális asszisztens használatával kapcsolatos társadalmi hatás (TH) szignifikánsan és pozitívan befolyásolja a használati szándékot (út együttható=0,265, p<,01), így *a harmadik hipotézist elfogadjuk (H3)*.

A digitális asszisztens használatát elősegítő feltételek (EF) nem befolyásolják szignifikánsan a használati szándékot (út együttható=0,018, p>,05), így *a negyedik hipotézist elutasítjuk (H4)*.

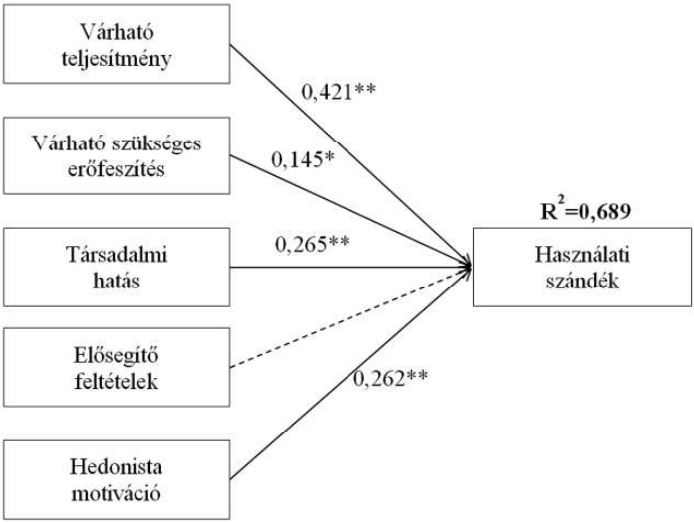
A digitális asszisztens használatával kapcsolatos hedonista motiváció (HM) szignifikánsan és pozitívan befolyásolja a használati szándékot (út együttható=0,262, p<,01), így *az ötödik hipotézist elfogadjuk (H5)*.

A kutatási modellben szereplő változók a következőképpen járulnak hozzá a használati szándék alakulásához: a várható teljesítmény 42,1%-ban (út együttható=0,421), a várható szükséges erőfeszítés 14,5%-ban (út együttható=0,145), a társadalmi hatás 26,5%-ban (út együttható=0,265), a hedonista motiváció pedig 26,2%-ban (út együttható=0,262) magyarázza a használati szándék varianciáját. Az elősegítő feltételek esetében a kapcsolat nem volt szignifikáns, itt az út együttható értéke 0,018, azaz 1,8%. Az általunk felállított konceptuális modell a digitális asszisztensekkel szembeni használati szándék varianciáját 68,9%-ban magyarázza (R^2=0,689) (4. ábra).

Az eredmények értékelése és következtetések

A kutatás eredményeit összegezve kijelenthető, hogy sikerült négy olyan tényezőt azonosítani, melyek szignifikáns és pozitív hatást gyakorolnak a digitális asszisztensekkel szembeni használati szándékra. Ezek a következők: várható teljesítmény, társadalmi hatás, hedonista motiváció, várható szükséges erőfeszítés. A négy változó együttesen 68,9%-ban magyarázza a használati szándék varianciáját, amit jó eredménynek tartunk.

A digitális asszisztensekkel szembeni használati szándékra az eszköz várható teljesítménye gyakorolja a legnagyobb hatást (t érték=5,287) a vizsgált minta



*Megjegyzés: *(p<0,05); **(p<0,001); szaggatott vonal (feltételezett, de nem szignifikáns kapcsolat)*

Forrás: saját szerkesztés

4. ábra. A konceptuális modell tesztelésének eredménye

esetében. Ez azt jelenti, hogy minél nagyobb a DA várható teljesítménye, annál nagyobb az azzal szembeni használati szándék is. Fontos megjegyezni, hogy a várható teljesítmény nem feltétlenül tükrözi a DA valódi teljesítményét, hiszen az arra vonatkozik, hogy a fogyasztók szerint mire képes az eszköz (Luger–Sellen 2016). Mindez azt jelenti, hogy minél nagyobb fokú teljesítményt várnak el az emberek a DA-tól, minél több dologról gondolják azt, hogy a DA képes megoldani azt, annál nagyobb valószínűséggel alakul ki a használati szándék. Ez az eredmény összhangban van több korábbi kutatás eredményével (Venkatesh et al. 2003; Cowan et al. 2017).

Több kutatási eredménnyel összhangban, a társadalmi hatás szintén jelentős hatást gyakorol a használati szándékra (t érték=4,330) (Venkatesh et al. 2003; Brown–Venkatesh 2005). Minél fontosabbnak érzik a felhasználók a referenciacsoportok véleményét, annál fontosabb szerepet tölt be a társadalmi hatás a digitális asszisztensekkel szembeni használati szándék kialakulásában. Ebből az következik, hogy minél pozitívabb a referenciacsoportok véleménye, annál nagyobb a használati szándék. A kutatás során arra az eredményre jutottunk, hogy a

társadalmi hatás rendelkezik a második legnagyobb magyarázóerővel a digitális asszisztenssel szembeni használati szándékot illetően.

A hedonista motiváció használati szándékra gyakorolt hatása sem elhanyagolható (t érték=3,800). Tehát minél nagyobb a szórakozás vagy öröm, amivel a digitális asszisztens használata jár, annál valószínűbb, hogy a fogyasztók elfogadják az adott technológiát, és annál erősebb a technológiával szembeni használati szándék. Mindez több korábbi kutatás eredményével is összhangban áll (Venkatesh et al. 2003; Brown–Venkatesh 2005; Childers et al. 2001).

Végül, a várható szükséges erőfeszítés szintén szignifikáns hatással van a használati szándékra (t érték=2,164). Ennek értelmében minél kisebb a várható szükséges erőfeszítés, azaz minél kevésbé gondolja azt a felhasználó, hogy nagy energiafelhasználásra lesz szükség részéről a DA használatához, annál nagyobb a használati szándék mértéke. Ez összhangban van korábbi kutatási eredményekkel, miszerint egy új technológia használatának kezdeti szakaszában a várható szükséges erőfeszítés szerepe jelentős (Marchewka–Kostiwa 2007).

Nem utolsósorban, az elősegítő feltételek és a használati szándék között nem találtunk szignifikáns kapcsolatot. Feltételezésünk szerint ennek az lehet az oka, hogy a vizsgált minta esetében a digitális asszisztensek még nem eléggé ismertek, a válaszadók nem elhanyagolható része élesben még nem használta ezt a technológiát, és ebből adódóan nem tudják eldönteni, hogy számukra milyen feltételek könnyítenék meg a használatot.

A kutatási eredmények egyrészt tudományos, másrészt üzleti szempontból is relevánsak és hasznosíthatók. A tudományos szemponthoz tartozik az, hogy a tanulmányban kísérletet tettünk a digitális asszisztensekről szóló eddig megjelent kutatások összefoglalására. Továbbá, az eredmények alapján a technológiaelfogadás és -használat egységesített elmélete, illetve az abból származtatott, a jelen kutatásban használt konceptuális modell alkalmas a digitális asszisztensekkel szembeni használati szándék kutatására. Megjegyzendő, hogy a digitális asszisztensekkel kapcsolatos használati szándékot egy kelet-európai országban, Romániában, döntő többségében romániai lakosok bevonásával kutattuk, ami, legjobb tudomásunk szerint, eddig még nem képezte ilyen jellegű kutatás tárgyát. Végül, sikerült azonosítani négy olyan tényezőt, amelyek a vizsgált sokaság esetében hatással vannak a digitális asszisztensekkel szembeni használati szándékra.

A kutatás, üzleti szempontból, több szakág számára is releváns lehet. Az eredményeket a digitális asszisztenseket gyártó cégek, szoftverfejlesztők is hasz-

nosíthatják. A hedonista motiváció a használati szándékot alakító egyik legfontosabb tényező. Ennek értelmében a szoftverek fejlesztése, frissítése során érdemes olyan funkciókat is beépíteni a rendszerekbe, amelyek a hedonista motivációval kapcsolatosak (Amazon Alexa esetében ilyen lehet például az, hogy az asszisztens vicceket is képes mesélni). Emellett a fejlesztőknek arra is érdemes odafigyelniük az intelligens rendszerek kialakítása során, hogy azok használata minél kevesebb erőfeszítést igényeljen a felhasználó részéről.

A marketingszakemberek számára hasznos információ lehet az, hogy a várható teljesítmény is a használati szándékot alakító tényezők közé tartozik. Érdemes olyan üzeneteket megfogalmazni és közvetíteni a digitális asszisztensekről, amelyekből egyértelműen kiderül, hogy a rendszer mennyi mindenre képes, milyen felhasználási területei vannak. Továbbá szintén a marketingszakemberek számára nyújthat értékes információt a referenciacsoportok digitális asszisztenssel szembeni használati szándékot alakító szerepe, amelyet például a digitális asszisztensekről szóló reklámok esetében lehetne figyelembe venni.

A kutatás korlátai és további kutatási irányok

A kutatás egyik legjelentősebb korlátját képezi az, hogy az alacsony mintaelemszám (N=123) következtében behatárolódott az elvégezhető statisztikai elemzések száma és típusa, illetve a kis minta miatt a kutatás nélkülözi a reprezentativitást. Továbbá az a tény is, hogy a legtöbb válaszadó egy általunk szimulált eset alapján formálta a véleményét a digitális asszisztensekről, nem pedig saját, fizikai tapasztalatai alapján. A válaszadók többsége fiatal egyetemista, saját keresettel még nem rendelkezik, nem használt digitális asszisztenst, és mivel még nincs jövedelme, ezért nem valószínű, hogy a közeljövőben használni fog ilyen típusú eszközt. A válaszadók romániai és kis számban magyarországi lakosok, ezekben az országokban pedig a digitális asszisztensek még nem kerültek be annyira a köztudatba, mint például a nyugat-európai vagy észak-amerikai országokban. A kutatás eredményeinek alakulását mindez nem elhanyagolható mértékben befolyásolhatta.

A digitális asszisztensek iránti érdeklődés a jövőben várhatóan tovább fokozódik majd, így továbbra is nagy potenciál és sok megválaszolatlan kérdés van, ami további kutatási irányokat képezhet. Elsősorban, a jelen kutatás korlátaiból kiindulva, érdemes lenne a digitális asszisztensekkel szembeni használati szándékot és az azt befolyásoló tényezőket véletlen mintavételi eljárást alkalmazva, nagyobb mintán is vizsgálni. Továbbá célszerű lenne egyéb változókat (például

ár-érték arány, szokások), esetleg moderáló változókat (nem, kor) is bevonni a kutatásba a mélyebb összefüggések feltárása érdekében. Szintén érdekes kutatási téma lehet a digitális asszisztensek tényleges használatával kapcsolatos tényezők vizsgálata, hiszen ebben az esetben nem elvárásokat, véleményeket, hanem konkrét tapasztalatokat lehetne kiértékelni az elemzések során. Ezen témák általános megközelítésben, illetve egy specifikus DA-alkalmazás (például Amazon Alexa) elemzése esetében egyaránt hasznos információval szolgálhat. Mindezek alapján összehasonlító elemzést lehetne végezni a különböző típusú digitális asszisztensekkel szembeni elvárásokat, a különböző rendszerekkel való elégedettséget illetően (például Amazon Alexa összehasonlítása a Google Assistanttel). Nem utolsósorban, a különböző országok közötti kulturális eltérések és kulturális sajátosságok (például az Amerikai Egyesült Államok és Románia) digitális asszisztensek használatára gyakorolt hatásának feltárása is releváns kutatási téma lehet.

Irodalomjegyzék

Baber, C. 2002. *Developing interactive speech technology. Interactive speech technology: Human factors issues in the application of speech input/output to computers*. New York, NY: CRC Press.

Babic, C.–Orehovacki, T.–Etinger, D. 2018. Perceived user experience and performance of intelligent personal assistants employed in higher education settings. In: *41st International Convention on Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics (MIPRO) IEEE Conference*, 830–834.

Bishop, C. M. 1995. *Neural networks for pattern recognition.* Oxford: Oxford University Press.

Bostrom, N. 2014. *Superintelligence: Paths, dangers, strategies.* Oxford: Oxford University Press.

Brennen, J.–Kreiss, D. 2016. Digitalization. In: *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*. Hoboken, NJ: Wiley.

Brown, S.–Venkatesh, V. 2005. Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS quarterly* 29(3), 399–426.

Brynjolfsson, E.–McAfee, A. 2014. *The second machine age: work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies.* New York, NY: W.W. Norton & Company.

Childers, T.–Carr, C.–Peck, J.–Carson, S. 2001. Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior. *Journal of Retailing* 77(4), 511–535.

Coskun, A.–Kaner, G.–Bostan, I. 2018. Is smart home a necessity or a fantasy for the mainstream user? A study on users' expectations of smart household appliances. *International Journal of Design* 12(1), 7–20.

Cowan, B. R.–Pantidi, N.–Coyle, D.–Morrissey, K.–Clarke, P.–Al-Shehri, S. 2017. "What can I help you with?": Infrequent users' experiences of intelligent personal assistants. In: *Proceedings of the 19th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services*, 1–12.

Fehér, K. 2016. *Digitalizáció és új média. Trendek, stratégiák, illusztrációk.* Budapest: Akadémiai kiadó.

Gartner 2017. *High-Tech Manufacturing Supply Chainnovators 2017: Demand-Driven Digitalization.* https://www.gartner.com/doc/3724117?srcId=1-3931087981, letöltve: 2019. 04. 07.

Gartner 2011. *Gartner Customer Summit 2011.* https://www.gartner. com/imagesrv/summits/docs/na/customer-360/C360_2011_brochure_FINAL.pdf, letöltve: 2019. 02. 26.

Gregor, S.–Benbasat, I. 1999. Explanations from intelligent systems: Theoretical foundations and implications for practice. *MIS Quarterly: Management Information Systems* 23(4), 497–530.

Gurkaynak, G.–Yilmaz, I.–Haksever, G. 2016. Stifling artificial intelligence: Human perils. *Computer Law & Security Review* 32(5), 749–758.

Hair, J. F.–Hult, J. T. M.–Ringle, C.–Sarstedt, M. 2014. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. London: Sage.

Han, S.–Yang, H. 2018. Understanding adoption of intelligent personal assistants: A parasocial relationship perspective. *Industrial Management & Data Systems* 118(3), 618–636.

Henseler, J. 2015. *PLS Path Modeling: Introduction and Applications*. ADANCO Seminar, 2015 November 3-5, Cluj-Napoca.

Henseler, J.–Ringle, C. M.–Sarstedt, M. 2014. A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science* 43, 115–135.

Henseler, J.–Sarstedt, M. 2013. Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational Statistics* 28(2), 565–580.

Jain, A.–Mao, J.–Mohiuddin, K. 1996. Artificial neural networks: A tutorial. *IEEE Computer* 29(3), 31–34.

Jiang, J.–Awadallah, A. H.–Jones, R.–Ozertem, U.–Zitouni, I.–Gurunath Kulkarni, R. 2015. Automatic online evaluation of intelligent assistants. In*: Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web*, 506–516.

Kamitis 2016. *Intelligent Personal Assistant: Products, technologies and market – 2017.* http://kamitis.cluster014.ovh.net/IMG/pdf/ipa_-sample.pdf, letöltve: 2019. 04. 30.

Keszey, T.–Zsukk, J. 2017. Az új technológiák fogyasztói elfogadása. A magyar és nemzetközi szakirodalom áttekintése és kritikai értékelése. *Vezetéstudomány. Budapest Management Review* 48(10), 38–47.

Kiseleva, J.–Williams, K.–Hassan, A.–Crook, A.–Zitouni, I.–Anastasakos, T. 2016. Predicting User Satisfaction with Intelligent Assistants. In: *SIGIR '16: Proceedings of the*

39th International ACM SIGIR conference on Research and Development in Information – July 2016, 45–54.

Knight, W. 2016. Amazon working on making Alexa recognize your emotions. *MIT Technology Review*. https://www.technologyreview.com/s/601654/amazon-working-on-making-alexa-recognize-your-emotions/, letöltve: 2019. 04. 30.

Kotler, P.–Kartayala, H.–Setiawan, I. 2017. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital.* Hoboken, NJ: Wiley.

Lison, P.–Meena, R. 2014. Spoken dialogue systems: The new frontier in human-computer interaction. *ACM Crossroads* 21(1), 46–51.

Lovato, S.–Piper, A. 2015. "Siri, is This You?": Understanding Young Children's Interactions with Voice Input Systems. In: *Proceedings of the 14th International Conference on Interaction Design and Children (IDC '15)*, 335–338.

Lowenthal, J. 2010. Using mobile learning: Determinates impacting behavioral intention. *The American Journal of Distance Education* 24(4), 195–206.

Luger, E.–Sellen, A. 2016. Like having a really bad PA: The gulf between user expectation and experience of conversational agents. In: *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 5286–5297.

Manikonda, L.–Deotale, A.–Kambhampati, S. 2018. What's up with Privacy?: User Preferences and Privacy Concerns in Intelligent Personal Assistants. In: *Proceedings of the 2018 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society*, 229–235.

Marchewka, J. T.–Kostiwa, K. 2007. An Application of the UTAUT Model for Understanding Student Perceptions Using Course Management Software. *Communications of the IIMA* 7(2), 93–104.

Mijwel, M. 2015. *History of Artificial Intelligence*. PhD Thesis. Baghdad: Baghdad College of Economics Sciences University.

Milanesi, C. 2016. *Voice Assistant Anyone? Yes please, but not in public!* http://creativestrategies.com/voice-assistant-anyoneyes-please-but-not-in-public/, letöltve: 2019. 04. 26.

Milhorat, P.–Schlögl, S.–Chollet, G.–Boudy, J.–Esposito, A.–Pelosi, G. 2014. Building the next generation of personal digital assistants. In: *IEEE 1st International Conference on Advanced Technologies for Signal and Image Processing (ATSIP)*, 458–463.

Nguyen, Q. N.–Sidorova, A. 2017. AI capabilities and user experiences: a comparative study of user reviews for assistant and non-assistant mobile apps. In: *Twenty-third Americas Conference on Information Systems.*

Nysveen, H.–Pedersen, P. E. 2016. Consumer adoption of RFID-enabled services. Applying an extended UTAUT model. *Information Systems Frontiers* 18(2), 293–314.

Olson, C.–Levy, J. 2018. Transforming marketing with artificial intelligence. *Applied Marketing Analytics* 3(4), 291–297.

Pennachin, C.–Goertzel, B. 2007. Contemporary Approaches to Artificial General Intelligence. In: *Artificial General Intelligence*, Heidelberg: Springer.

Ringle, C.–Wende, S.–Becker, J-M. 2015. *SmartPLS 3*. http://www.smartpls.com, letöltve: 2019. 05. 10.

Russell, S. J.–Norvig, P. 2010. *Artificial Intelligence: A Modern Approach.* Hoboken, NJ: Pearson Education.

Saad, U.–Afzal, U.–El-Issawi, A.–Eid, M. 2016. A model to measure QoE for virtual personal assistant. *Multimedia Tools and Applications* 76(10), 1–21.

Sano, S.–Kaji, N.–Sassano, M. 2016. Prediction of prospective user engagement with intelligent assistants. In: *Proceedings of the 54th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics* 1, 1203–1212.

Santos, J.–Rodrigues, J. J.–Casal, J.–Saleem, K.–Denisov, V. 2016. Intelligent personal assistants based on internet of things approaches. *IEEE Systems Journal* 12(2), 1793–1802.

Se, U.–Xiao, B.–Benbasat, I. 2007. E-Commerce Product Recommendation Agents: Use, Characteristics, and Impact. *MIS Quarterly: Management Information Systems* 31(1), 137–209.

Siddike, M.–Kalam, A.–Spohrer, J.–Demirkan, H.–Kohda, Y. 2018. People's interactions with cognitive assistants for enhanced performances. In: *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*, 1–19.

Siow, B. S. 2016. *Validated UTAUT2 questionnaire for elderly.* https://www.researchgate.net/publication/307907913_Validated_UTAUT2_questionnaire_for_elderly#fullTextFileContent, letöltve: 2019. 03. 11.

Spohrer, J.–Bassano, C.–Piciocchi, P.–Siddike, M. 2017. What makes a system smart? Wise? *Advances in The Human Side of Service Engineering*. New York, NY: CRC Press.

Sterne, J. 2017. *Artificial Intelligence for Marketing: practical applications.* Hoboken, NJ: Wiley.

Turing, A. M. 1950. Computing Machinery and Intelligence. *Mind, New Series* 59(236), 433–460.

Urban, T. 2015. *AI revolution – road to superintelligence*. https://waitbutwhy.com/2015/01/artificial-intelligence-revolution-1.html, letöltve: 2019. 03. 11.

Vardi, M. Y. 2012. Artificial intelligence: past and future. *Association for Computer Machinery* 55(1), 1–16.

Venkatesh, V.–Morris, M. G.–Davis, G. B.–Davis, F. D. 2003. User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly* 27(3), 425–478.

Venkatesh, V.–Thong, J. Y.–Xu, X. 2012. Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly* 36(1), 157–178.

Wang, Y.–Wu, M.–Wang, H. 2009. Investigating the determinants and age and gender differences in the acceptance of mobile learning. *British Journal of Educational Technology* 40(1), 92–118.

Williams, M. D.–Rana, N.–Dwivedi, Y. K. 2015. The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): A literature review. *Journal of Enterprise Information Management* 28(3), 443–488.

Wulf, L.–Garschall, M.–Himmelsbach, J.–Tscheligi, M. 2014. Hands Free – Care Free: Elderly People Taking Advantage of Speech-only Interaction. In*: Proceedings of the 8th Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Fun, Fast, Foundational (NordiCHI '14)*, 203–206.

Yudkowsky, E.–Salamon, A.–Shulman, C.–Kaas, S.–McCabe, T.–Nelson, R. 2010. *Reducing long-term catastrophic risks from artificial intelligence.* https://intelligence.org/files/ReducingRisks.pdf, letöltve: 2019. 03. 11.

Mellékletek

1. melléklet. A digitális asszisztensek fogyasztók általi elfogadása és használata – kérdőív

1. Kerültél-e már kapcsolatba valamilyen típusú digitális asszisztens alkalmazással? (például Siri, Alexa, Google Assistant, Cortana stb.)

- igen
- nem
- nem emlékszem

2. Értékeld, hogy mennyire értesz egyet az alábbi kijelentésekkel (1 – „egyáltalán nem értek egyet", 2 – „részben nem értek egyet", 3 – „közömbös számomra", 4 – „részben egyetértek", 5 – „teljes mértékben egyetértek").

	1	2	3	4	5
A digitális asszisztens hasznos lenne a mindennapi életemben.					
A digitális asszisztens használata hozzásegítene ahhoz, hogy megvalósítsam a számomra fontos dolgokat.					
A digitális asszisztens használata segítene abban, hogy gyorsabban megvalósítsam a teendőimet.					
A digitális asszisztens használata segítene abban, hogy produktívabb legyek.					
A digitális asszisztens használatának megtanulása könnyen menne számomra.					
A digitális asszisztenssel való interakció egyértelmű és érthető lenne számomra.					
A digitális asszisztens használata könnyűnek tűnik számomra.					
Könnyű lenne számomra az, hogy gyakorlottá váljak a digitális asszisztens használatát illetően.					
A számomra fontos emberek szerint használnom kellene a digitális asszisztenst.					

Azon emberek szerint, akiknek a véleményére adok, használnom kellene a digitális asszisztenst.					
Azok az emberek, akiknek a véleményére adok, szeretnék, hogy használjam a digitális asszisztenst.					
Rendelkezésemre állnak a megfelelő eszközök arra, hogy használjam a digitális asszisztenst.					
Rendelkezésemre áll a digitális asszisztens használatához szükséges tudás.					
A digitális asszisztens kompatibilis más olyan technológiákkal, amiket használok.					
Abban az esetben, ha nehézségem támad a digitális asszisztens használata közben, segítséget kérhetek másoktól.					
A digitális asszisztens használata viccesnek tűnik.					
A digitális asszisztens használata élvezetesnek tűnik.					
A digitális asszisztens használata szórakoztatónak tűnik.					
A jövőben szeretnék digitális asszisztenst használni.					
Tervezem, hogy a jövőben digitális asszisztenst használok.					
Gyakran használnám a digitális asszisztenst a feladataim elvégzése során.					

3. Nemed:
   - férfi
   - nő

4. Életkorod:

5. Végzettséged:
   - gimnázium
   - líceum/szakiskola
   - alapképzés
   - mesterképzés
   - doktori képzés

6. Foglalkozásod:
   - diák
   - alkalmazott
   - vállalkozó
   - munkanélküli
   - nyugdíjas
   - egyéb

7. Lakhelyed:
   - falu
   - város

8. Havi bruttó jövedelemed:
   - 1000 RON alatt
   - 1001–1500 RON között
   - 1501–2000 RON között
   - 2001–2500 RON között
   - 2501–3000 RON között
   - 3000 RON fölött

2. melléklet. Diszkriminánsérvényesség – Fornell–Larcker-kritérium és HTMT táblázata

	EF	HM	HSz	TH	VSZE	VT
EF	0,766					
HM	0,290	0,836				
HSz	0,276	0,612	0,947			
TH	0,179	0,281	0,547	0,970		
VSZE	0,574	0,305	0,398	0,046	0,899	
VT	0,115	0,560	0,747	0,463	0,341	0,875

Forrás: saját szerkesztés

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	EF	HM	HSz	TH	VSZE	VT
EF						
HM	0,347					
HSz	0,286	0,644				
TH	0,204	0,285	0,572			
VSZE	0,624	0,301	0,417	0,052		
VT	0,117	0,611	0,809	0,493	0,364	

Forrás: saját szerkesztés

Közgazdász Fórum
Forum on Economics and Business
22(140), 59–75.
2019/3

Financing and financial independence of local governments from Valea Ierului and Valea Barcăului

LÓRÁND-ISTVÁN KRÁLIK

One of the most important elements of decentralization is the financial autonomy of local governments. The purpose of this study is to provide a brief overview of the system of financing and real financial independence of the local governments from Valea Ierului and Valea Barcăului in Bihor County, Romania, examining the size, structure of tax revenues, the size and ratio of own revenues and state transfers. The research showed that financial autonomy in Romania is only partial, and the central government can and does influence the level of municipal revenues, even from one year to another. The municipalities with low self-incomes are more vulnerable, while the financial independence and the self-financing rate show higher values in the settlements located near the urban centers.

Keywords: local revenues, local financing system, financial autonomy, local taxes.

JEL codes: H71, H72.

Kiadó: Romániai Magyar Közgazdász Társaság és a Babeș–Bolyai Tudományegyetem
Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának Magyar Intézete
ISSN: 1582-1986 www.econ.ubbcluj.ro/kozgazdaszforum

Az érmelléki és Berettyó-vidéki önkormányzatok finanszírozása és pénzügyi autonómiája

KRÁLIK LÓRÁND-ISTVÁN[1]

A decentralizáció egyik legfontosabb eleme az önkormányzatok pénzügyi autonómiája. Jelen tanulmány rövid áttekintést kíván nyújtani a romániai Bihar megyében található érmelléki és Berettyó-vidéki önkormányzatok finanszírozási rendszeréről, valós pénzügyi függetlenségéről, megvizsgálva az adóbevételek nagyságát, szerkezetét, illetve a saját bevételek és az állami transzferek mértékét és arányát. A kutatás során kiderült, hogy a pénzügyi autonómia Romániában csak részleges, a központi kormányzat befolyásolni tudja és befolyásolja is az önkormányzatok bevételeinek mértékét, akár évről évre is. A kevés saját jövedelemmel rendelkező önkormányzatok kiszolgáltatottabbak, míg az urbanizációs gócpontok közelében található önkormányzatok esetében a pénzügyi függetlenség és az azt mutató önfinanszírozási ráta magasabb értékeket mutat.

Kulcsszavak: önkormányzati bevételek, helyi finanszírozási rendszer, pénzügyi autonómia, helyi adók.

JEL kódok: H71, H72.

Bevezető

Az 1989 utáni gazdasági szerkezetváltás, az ezzel párhuzamos gazdasági fejlődés, valamint a 2007-es uniós csatlakozás szükségszerűvé tette Romániában az államháztartás berendezkedésének és azon belül a közösségi pénzügyeknek az átalakítását is. A politikai és gazdasági hatalom szétválasztása nyomán egyre több feladat került az állami kormányzattól a helyi (községi, városi, municípiumi, megyei) önkormányzatok hatáskörébe. Ezt a folyamatot a rendszerváltás utáni román kormányzat a közeledő uniós csatlakozás jegyében indította be.

Nyugat-Európában az 1980-as évektől kapott egyre nagyobb hangsúlyt a helyi autonómia, amely a decentralizációs folyamat beindulásában, valamint a helyi önkormányzatok a központi állami költségvetéstől való pénzügyi függésének fokozatos csökkentésében nyilvánult meg. A decentralizáció legfontosabb eleme fiskális jellegű, idetartozik a korábban a központi költségvetés szervei által beszedett helyi adóbevételek (adók és illetékek) meghatározása, illetve a helyi adók kivetésére vonatkozó jogszabályrendszer kialakítása, mely révén az önkormányzatok – meghatározott keretek között – megállapíthatják a kivetett adók és illetékek szintjét, illetve a helyi szolgáltatások után fizetendő díjakat.

[1] PhD, egyetemi adjunktus, Partiumi Keresztény Egyetem, Gazdasági és Társadamtudományi Kar, Gazdaságtudományi Tanszék, e-mail: kralik.lorand@partium.ro.

Jelen tanulmány rövid áttekintést kíván nyújtani a romániai Bihar megyében található érmelléki és Berettyó-vidéki önkormányzatok finanszírozási rendszeréről, valós pénzügyi függetlenségéről, megvizsgálva az adóbevételek nagyságát, szerkezetét, illetve a saját bevételek és az állami transzferek mértékét és arányát. A téma romániai kutatási háttere sajnos igen szegényes. Annak ellenére, hogy sokan foglalkoztak a téma jogi oldalával, a gazdasági vonzatok feltérképezésében sokkal kevesebb kutatás indult. A legtöbb kutató általánosan a közpénzek rendeltetésével, struktúrájával, az állami és helyi költségvetések tervezésével, végrehajtásával és ellenőrzésével foglalkozott, a valós pénzügyi autonómia szintjének mérésében viszonylag kevesen mélyültek el. A kutatásokat egyébként jelentősen megnehezíti az állandóan változó jogszabályi környezet: 2016–2019 között például az éves román költségvetési törvény minden évben, az előző évhez is eltérő rendelkezésekkel felülírta a visszaosztott önkormányzati forrásokról rendelkező helyi önkormányzati pénzügyek törvényét, amely különben, annak 2006. évi megalkotása óta többször is jelentős változásokon ment át, a mindenkori politikai akarat az államháztartási egyensúlyra vonatkozó elképzeléseinek függvényében.

Szakirodalmi áttekintés

Az önkormányzati finanszírozás jogi hátterével a helyi közpénzekről szóló 2006/273. törvény megalkotása óta több tanulmány is foglalkozott, ezek főleg az Európa Tanács Chartájából átemelt alapelveket részletezik. A legutóbbi tanulmányok közül Gherghina (2017) cikkét szükséges kiemelni, aki kihangsúlyozza, hogy a helyi közpénzek törvénye nem elégséges, szükség lenne a helyi pénzügyek törvénykönyvének (kódjának) megalkotására is, mert jelenleg túl nagy az önkormányzatok központi államhatalomtól való pénzügyi függősége, ugyanis a jelenleg hatályos jogszabályból hiányzik a megfelelő és átlátható leosztási kritériumrendszer. Gherghina (2017) gyakorlatilag cáfolja Manole (2010) a jogszabály megszületése utáni következtetéseit, miszerint a helyi pénzügyi igazgatóságok bevonása az adóvisszaosztás kiegyenlítési folyamatába korlátozza a politikai tényezők beavatkozási lehetőségeit és manőverezési lehetőségeit, szerinte valójában a helyi pénzügyi igazgatóságok szerepe csak a politikai irányítás alatt álló Pénzügyminisztérium által évente kidolgozott (központilag irányított) képlet szerinti újraelosztás végrehajtásában van.

Oprea (2011) úgy véli, hogy a helyi pénzügyi autonómia valójában csak a helyi adók kivetésére vonatkozó lehetőséget jelenti, a központi költségvetésből

visszaosztott vagy újraosztott adóknak nincs közük az autonómiához. Profiroiu és Profiroiu (2007) már rögtön a helyi közpénzek törvényének hatályba lépte után úgy vélte, hogy az újraelosztásnál fontos szempont kell legyen a minimális közszolgáltatási feladatok ellátásához szükséges költségek felmérése és biztosítása. Ezt a rendszert alkalmazzák több európai országban, így Nagy-Britanniában is (Oprea 2011). A forrásbiztosításról és a helyi pénzügyi autonómiáról alkotott negatív képet Dogariu (2010), aki szerint 2002-ig jó úton haladt a decentralizációs folyamat, ám 2003-tól kedvezőtlen trend alakult ki, amikor több – korábban a központi kormányzat által ellátott – feladat átkerült az önkormányzatokhoz, ám az ezek biztosításához szükséges források csak részben, így a központi hatóság a gyakorlatban – a pénzügyi függetlenség elvének kinyilatkoztatása ellenére – pénzügyi ellenőrzést gyakorol. A szerző szerint ezt a függőséget mutatja az önkormányzatok önfinanszírozási rátájának az 1991-es évi 29,37%-ról a 2008-ban mindössze 4,5%-ra való csökkenése.

Dumitrescu (2013) a pénzügyi autonómia bővítését szorgalmazza, és az önkormányzatok pénzügyi felelősségének növelését, sőt egyenesen – a jelenleg főleg a szövetségi államok szintjén működő – az adóügyi föderalizáció (federalizare fiscală) szükségességét hangsúlyozza. Moldovan (2017) az önkormányzatok pénzügyi hatékonyságát tárgyalja, és elsősorban a helyi adók és illetékek behajtásának fokát vizsgálja. Marinescu és Todor (2014) pedig azt állítja, hogy a közpénzek elosztási gyakorlata miatt a helyi közpénzek törvényben rögzített alapelvei ellenére Romániában nem lehet valós helyi autonómiáról beszélni.

A romániai magyar szakirodalomban a helyi pénzügyi autonómiára vonatkozóan Geréb Lászlónak (2003) a *Székelyföld* című tanulmánykötetben megjelent írása volt úttörő, illetve Nagy István (2009) cikke a három székelyföldi megye önkormányzati forrásairól. Ez utóbbi tanulmány írója vonta le azt a következtetést, hogy Székelyföldön a helyi adók kis szerepet töltenek be a helyi közigazgatás költségvetésében, mivel a vállalkozások által befizetett adók szintje nagyon alacsony. Az adókiegyenlítés szempontjából Hargita és Kovászna haszonélvezőnek számít, míg Maros megye a befizetett összegnél kevesebbet kap a visszaosztásnál. Rácz és Unger (2017) a központi adók önkormányzatok felé történő visszatérítésének hatékonyságát vizsgálva egy többváltozós lineáris regressziós modellt hozott létre, amely segítségével Romániára és Magyarországra vonatkozóan azt taglalja, hogy a gazdasági és politikai gyakorlat mennyire felel meg a szakirodalom és a gazdasági racionalitás követelményeinek. A szerzőpáros javaslatai alapján az

adóztatási jogot kell megváltoztatni, ugyanis az önkormányzati feladatok önálló ellátásához magasabb szintű pénzügyi autonómiára lenne szükség, ami alatt azt értik, hogy a kizárólag központi adókat (személyi jövedelemadó, áfa) egészen vagy részben helyi adóvá kellene konvertálni.

A helyi önkormányzatok bevételeinek súlya a teljes (konszolidált) állami költségvetésen belül 30 százalék körüli. Husman (2014) a 2008–2012-es időszakra végezve számításokat úgy találta, hogy a helyi önkormányzatok bevételei a konszolidált költségvetés 24 százalékát tette ki. A Számvevőszék a 2016-os évre vonatkozó helyi közpénzekkel kapcsolatos jelentése (Curtea de Conturi a României 2017) már 30,5 százalékos arányt állapít meg a helyi költségvetés és a konszolidált állami költségvetés arányszámaként, az önkormányzatok összbevételei pedig a bruttó hazai termék 9 százalékát teszik ki. Az Eurostat adatai szerint Románia viszonylatában az önkormányzatai bevételek és a GDP aránya 2018-ban 8,1 százalékos volt. Ez alatta marad az uniós átlagnak, amely, ha beszámítjuk a négy szövetségi állami rendszerű állam (Belgium, Németország, Spanyolország és Ausztria) szövetségi állam szintű bevételét is, akkor 15,5 százalékos. A fejlett államok közül a legmagasabb arány 2018-ban Dániáé (33,5%), de 20% fölötti Svédországban, Belgiumban, Németországban, Spanyolországban és Finnországban is. A legkisebb mutatóval Málta rendelkezik (0,3%), de 5% alatti Görögországban, Cipruson és Írországban is (Eurostat 2019).

A helyi pénzügyi autonómia jogszabályi alapjai

Romániában az önkormányzatok pénzügyi autonómiájának elvét a helyi közpénzek törvénye, a 2006. évi 273-as számú törvény rögzíti. Ez tartalmazza az önkormányzatok bevételi forrásait is, illetve a személyi jövedelemadóból és az áfából visszaosztott összegek elosztási algoritmusát. Sajnos a visszaosztási algoritmust többször is megváltoztatták, a pillanatnyi politikai vagy országos gazdasági érdekek függvényében. A romániai helyi közpénzek törvénye (2006/273. törvény 5. cikkelye) szerint a helyi önkormányzatok jövedelmi forrásai a következők: saját jövedelmek, állami költségvetésből visszaosztott jövedelmek (elsősorban visszaosztott áfa), állami szubvenciók (transzferek), adományok. A saját jövedelmek legfontosabb forrásai: a) a helyi adók (magán- és jogi személyek által fizetett telek- és épületadók, gépjárműadók), b) a helyi illetékek (engedélyek, igazolások kibocsátása), c) a tulajdonból és szolgáltatásokból származó jövedelmek (bérleti vagy koncessziós díjak, értékesítések, közszolgáltatásokból/gazdasági te-

vékenységekből származó jövedelmek), d) a személyi (központi) jövedelemadó önkormányzatnak visszaosztott része, e) uniós vagy más finanszírozási programokból elnyert összegek.

A leggyakrabban a személyi jövedelemadó visszaosztásának elve módosult az elmúlt 13 évben. A törvény eredeti formájában (amely 2006–2011 között volt hatályban) a személyi jövedelemadó 82 százaléka maradt az önkormányzatoknál (legalábbis megyén belül) a következő elosztásban: a jövedelemadó 47 százalékát visszaosztották annak a municípiumi, városi vagy községi önkormányzatnak, ahonnan azt befizették, 13 százaléka került a megyei tanácsokhoz, 22 százaléka pedig megmaradt a megyén belüli kiegyenlítésre, amit a megyei közpénzek igazgatósága végzett egy, a jogszabály által meghatározott algoritmus szerint. A 22 százaléknyi adó 27 százaléka, vagyis a teljes jövedelemadó-bevétel 5,94 százaléka a megyei tanácsokhoz került, a különbözetet, vagyis 16,06 százalékot újból két részre osztották: 12,85 százalékot (a különbözet 80 százalékát) a megyei közpénzek igazgatósága osztotta le a megyében működő valamennyi önkormányzat között egy képlet alapján, amely figyelembe vette az önkormányzat lakosságának számát, területének nagyságát, illetve adófizetési szempontok alapján az önkormányzat gazdasági erejét. A különbözet fennmaradó részét (20 százaléknyi maradványértéket), vagyis a személyijövedelemadó-bevétel 3,21 százalékát pedig a megyei tanács határozata alapján osztották le a megyében működő municípiumi, városi és községi önkormányzatok között, s ennél a leosztásnál a törvény szerint figyelembe kellett venni a helyi fejlesztési projekteket, igaz, a legtöbbször a leosztás a megye szintjén szubjektív módon, politikai szempontok szerint történt.

A Boc-kormány megszorító intézkedései az önkormányzatokat sem kímélték: 2011 decemberében megszületett a 102-es számú sürgősségi kormányrendelet, amelyet később törvényben is becikkelyeztek, és ez jelentősen csökkentette az önkormányzatok bevételi forrásait, 2012-től a visszaosztott személyi jövedelemadó szintjét 82-ről 71,5 százalékra csökkentve. A helyi, municípiumi, városi és községi önkormányzatok 2012–2017 között a megváltozott törvényi előírás alapján már csak 41,75 százaléknyi adót, a megyék 11,25 százalékot kaptak, a kiegyenlítésre – melynek alapelvei nem változtak, csak Bukarest esetében – 18,5 százalék jutott.

Az újabb váltást a 2018-as költségvetési törvény (2018/2. törvény) hozta, amely a kiegyenlítésre szánt személyijövedelemadó-részből 1,25 százalékot átcsoportosított a municípiumi, városi és községi önkormányzatokhoz, de a vissza-

juttatott 71,5 százalékos arány nem változott. Így 2018-ban a municípiumi, városi és községi önkormányzatok 43 százaléknyi, a megyék pedig 11,25 százaléknyi jövedelemadó fölött rendelkezhettek, és 17,25 százaléknyi maradt a költségvetési kiegyenlítési folyamatra. A költségvetési kiegyenlítési folyamatban a megyék már nem a meghatározott jövedelemadó-arányt, hanem lakosonként 25 lejnek megfelelő összeget (a megye teljes lakosságára számítva) oszthattak szét a fejlesztési projektekre és az önkormányzatok tartozásainak kifizetésére.

A 2019. évi költségvetési törvény teljesen újraírta a személyijövedelemadó-visszaosztás rendszerét: a kormány javaslatára a korábbi 71,5 százalék helyett a teljes személyi jövedelemadót (100 százalékban) visszaosztották az önkormányzatoknak. A municípiumoknál, városoknál és községeknél az adó 60 százaléka maradt, 15 százaléknyi jutott a megyei tanácsok finanszírozására, 17,5 százalék pedig a költségvetési kiegyenlítési folyamatra. A fennmaradó 7,5 százalékot egyenlő arányban szétosztották a megyék között 28,492 millió lej összegekben, és ezeket az összegeket a megyei tanácsok kötelesek voltak az önkormányzatoknak fejlesztési projektekre leosztani. 2018-ban az áfaleosztásból kimaradtak, vagy csak csekély összegeket kaptak a takarékosabb önkormányzatok, amelyek a korábbi években tartalékokat halmoztak fel: a közfeladatok ellátására visszaosztott áfát a tartalékok 50 százalékával csökkentették.

Az 1. táblázatban foglaltam össze a négy jogszabály – törvény és sürgősségi kormányrendelet – rendelkezéseit a személyijövedelemadó-leosztás rendszeréről.

1. táblázat. Összefoglaló a személyijövedelemadó-leosztásról 2006–2019 között

Közigazgatási egységek	2006–2011	2012–2017	2018	2019
Municípiumi, városi, községi önkormányzat	**47,00%**	**41,75%**	**43,00%**	**60,00%**
Megyei önkormányzat	**13,00%**	**11,25%**	**11,25%**	**15,00%**
Költségvetési kiegyenlítés, ebből:	**22,00%**	**18,50%**	**17,25%**	**17,50%**
Megyei önkormányzat	5,94%	5,00%	4,66%	4,73%
Municípiumi, városi, községi önkormányzat	12,85%	10,80%	10,07%	12,77%
Önkormányzatok fejlesztési projektjei	3,21%	2,70%	2,52%	**7,50%**
Municípiumi, városi, községi önkormányzat összesen	**63,06%**	**55,25%**	**55,59%**	**80,27%**
Megyei önkormányzat összesen	**18,94%**	**16,25%**	**15,91%**	**19,73%**
Jövedelemadó összesen	**82,00%**	**71,50%**	**71,50%**	**100,00%**

Forrás: saját szerkesztés a 2006/273. törvény, a 2011/102. sürgősségi kormányrendelet, a 2018/2. törvény és a 2019/50. törvény alapján.

Nem tekinthető saját forrásnak, de az önkormányzatok bevételeiben jelentős részt képvisel a visszaosztott általános forgalmi adó (áfa), amit elsősorban az önkormányzat közfeladatok ellátására kapnak az önkormányzatok, a szükségletek függvényében. Hogy az összeg nagyságáról képet kaphassunk, a visszaosztott áfa összegszerűen a visszaosztott jövedelemadó (71,5% a teljes jövedelemadóból) 84,6 százalékának megfelelő összeget tett ki 2018-ban. Az áfából a több saját bevételi forrással rendelkező municípiumok, városok, községek keveset, egyes, ritka esetekben pedig egyáltalán nem kapnak a létező kiegyenlítési rendszer miatt, annak ellenére, hogy a közfeladatok az esetükben is ugyanazok.

Módszertan és adatok

A tanulmányban 22 észak-bihari (érmelléki és Berettyó-vidéki), magyarok lakta (legalább 30 százalékos magyar lakosságaránnyal rendelkező) közigazgatási egység pénzügyi autonómiájának fokát elemeztem. A mintaválasztásban szerepet játszott az, hogy a kiválasztott közigazgatási egységek reprezentatívak a vizsgált két kistérségre – Érmellék és Berettyó-vidék – nézve, a 27 önkormányzat közül 22 szerepel a mintában. A 22 közigazgatási egység között egy megyei jogú város vagy municípium (Margitta) és két város (Érmihályfalva és Székelyhíd) található, valamint 19 község: Bihar, Biharfélegyháza, Bors, Diószeg, Érbogyoszló, Érkörtvélyes, Érsemjén, Érszőllős, Értarcsa, Hegyközcsatár, Hegyközpályi, Kiskereki, Paptamási, Szalacs, Szalárd, Szentjobb, Tóti, Vámosláz és Vedresábrány. A közigazgatási egységek gyakorlatilag a bihari tömbmagyarság lakóhelyei, mindegyik önkormányzatnak jelenleg magyar polgármestere van.

A kiválasztott önkormányzatok esetében a 2019. évi induló helyi költségvetés jövedelmi oldalát vizsgáltam az adatok feldolgozásakor. A 22 közigazgatási egység költségvetési adatai közül 17 esetében a község/város hivatalos honlapján szereplő adatokat dolgoztam fel, öt esetben azonban az önkormányzatokhoz kellett fordulnom, mert az aktuális költségvetés még nem volt feltöltve a honlapra. Ezen kívül az Országos Statisztikai Hivatal (INS) Bihar megyei fiókjának hivatalos népességi adataival számoltam (2019. január elsejére vonatkozóan).

Hogy az eredmények összehasonlíthatóak legyenek és az eredményekben ne lépjen fel torzulás, az összbevételek közül kivontam a helyi és regionális fejlesztési programokban kapott transzfereket (ez 11 önkormányzatot érintett 22 közül, sok esetben nagyberuházásokról szól, amelyek a költségvetés 30-60 százalékát teszik ki), az állami szubvenciókat (19 önkormányzat a 22 közül), illetve az uniós

projekteket (8 önkormányzat a 22 közül). Szalacs község esetében korrekciót hajtottam végre a bevételi oldalon, mert egy nagy értékű ingatlan értékesítése eltorzította volna a reális bevételt. A bevételi oldalon gyakorlatilag négy forrást vizsgáltam: a visszaosztott jövedelemadót (mint saját forrást, 04-es számlacsoport), a helyi adókat és illetékeket (mint saját forrást, többek között a 07-es, 10-es, 16-os, 18-as, 29-es, 30-as, 33-as, 35-ös számlacsoport), a leosztott áfát (mint költségvetési forrást, 11. 02. 02-es számla) és a kiegyenlítési rendszerben visszaosztott áfát (mint költségvetési forrást, 11. 02. 06-os számla).

Mivel a közigazgatási egységek mérete a vizsgált önkormányzatok esetében jelentősen eltér (a legkisebb alig több mint 1300 lakossal rendelkezik, a legnagyobb pedig közel 18 ezerrel), a vizsgált mutatók kiválasztásánál elsősorban az egy lakosra eső bevételeket és bevételtípusokat részesítettem előnyben, illetve a bevételek közötti arányokat, viszonyszámokat. Összesen hat mutatót vizsgáltam.

$$1.\ \textit{Bevételi arány} = \frac{\textit{Bevétel}}{\textit{Lakos}}$$

$$2.\ \textit{Jövedelemadó} = \frac{\textit{Visszaosztott jövedelemadó}}{\textit{Lakos}}$$

$$3.\ \textit{Helyi adó mutató} = \frac{\textit{Helyi adók, illetékek}}{\textit{Lakos}}$$

$$4.\ \textit{Költségvetési támogatási mutató} = \frac{\textit{Áfa}}{\textit{Lakos}}$$

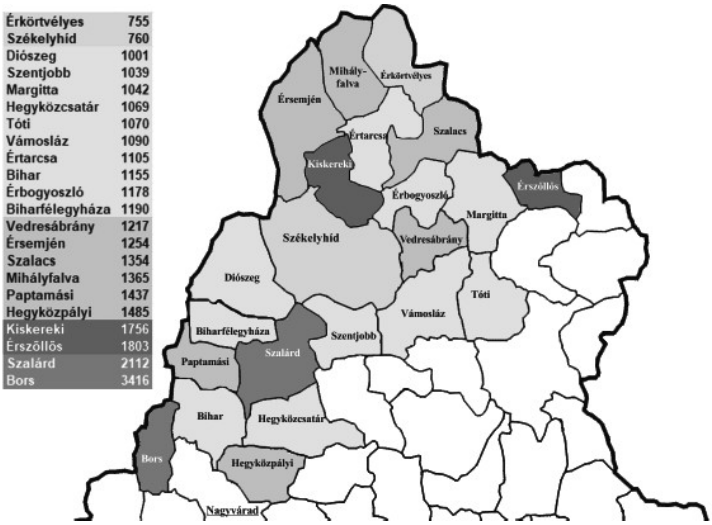
$$5.\ \textit{Pénzügyi autonómia mutató} = \frac{\textit{Saját bevétel (jövedelemadó + helyi adó)}}{\textit{Bevétel}}$$

$$6.\ \textit{Önfinanszírozási ráta} = \frac{\textit{Helyi adók, illetékek}}{\textit{Bevétel}}$$

Az elemzés eredményeit regionális térképekre vezettem fel, hogy a területi összefüggéseket is azonosítani lehessen.

A kutatás eredményei

Először a 22 önkormányzat egy főre eső bevételét vizsgáltam. A lakosonkénti bevétel szempontjából öt kategóriát különítettem el. Az első, legkevesebb bevétellel gazdálkodó önkormányzati osztályba az ezer lej alatti bevétellel rendelkezők, a második kategóriába az 1000–1200 lejjel, a harmadikba az 1200–1500 lejjel, a negyedikbe az 1500–2000 lejjel, az ötödikbe pedig a több mint 2000 lejjel gazdálkodó polgármesteri hivatalok kerültek.



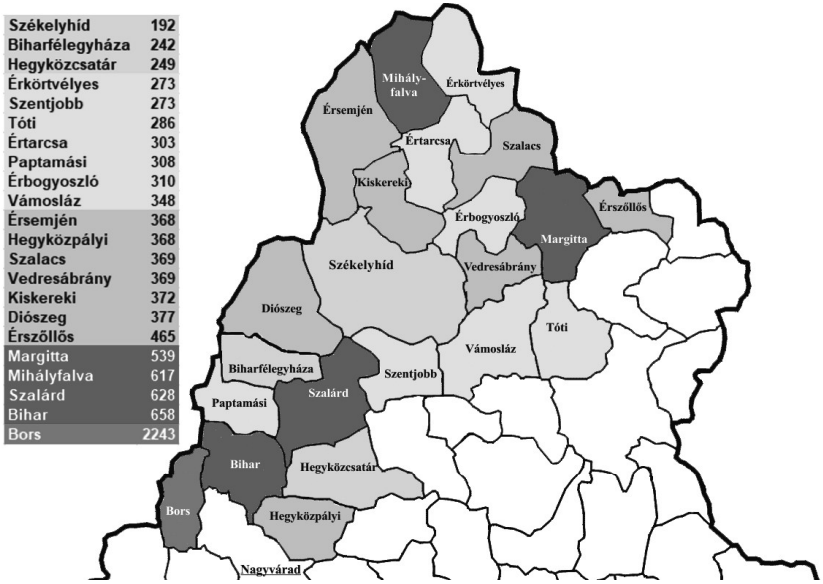
Forrás: saját szerkesztés

1. ábra. Egy főre eső önkormányzati bevételek Észak-Biharban 2019-ben

Az 1. ábrán látható, hogy a két legkevesebb bevétellel rendelkező közigazgatási egység Székelyhíd városa és Érkörtvélyes. Székelyhíd esetében a nagyarányú és a létszámához képest nagyon kevés aktív keresőt felmutató roma közösség jelenlétével magyarázható a hátrányos helyzet, Érkörtvélyes esetében pedig főleg a kivetett helyi adók és illetékek nagyon alacsony értékében, kisebb részben pedig a helyileg bejegyzett cégek, munkaadók alacsony számában keresendő a magyarázat. Érdekesség, hogy Kiskereki és Érszőllős esetében a területhez képest viszonyított alacsony lakosságszám és az ebből is eredő nagy áfaleosztási arány magyarázza a viszonylag magas egy lakosra eső bevételt, míg Szalárdon és Borson a vizsgált két kistérségen belül kifejezetten magas helyi adók és illetékek mellett az aktív cégek (munkaadók) nagy száma és a helyben foglalkoztattak (adófizetők) jelentős száma eredményezi a gazdasági erőt, aminek köszönhetően főleg a jövedelemadó-visszaosztásból ezek a közigazgatási egységek jelentős összeggel gazdálkodhatnak. Szalárdon például a megye egyik legjelentősebb építőipari cége működik, míg Bors saját ipari parkkal rendelkezik, ahol multinacionális nagyvállalatok telepedtek meg. Egyébként az a tény, hogy a kisebb lakossággal rendelkező Mihályfalva egy lakosra számítva több pénzzel gazdálkodhat, mint például a megyei jogú város státusában levő Margitta elsősorban azzal indokolható, hogy

a városban telepedett meg Észak-Bihar legjelentősebb könnyűipari (cipőgyártó) cége, és annak több mint ezer alkalmazottja (beleértve a környékről ingázókat is) ott fizeti be az adót.

A 2. ábrán az egy lakosra eső jövedelemadó alapján rangsoroltam az önkormányzatokat, szintén öt kategóriát állítva fel. Az öt kategória: a) 250 RON alatt, b) 250–350 RON, c) 350–500 RON, d) 500–1000 RON, e) 1000 RON fölött.

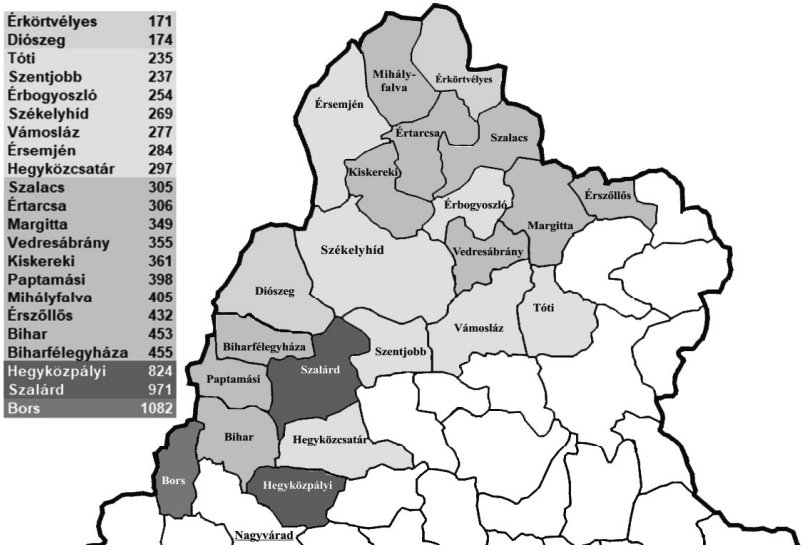


Forrás: saját szerkesztés

2. ábra. Egy főre eső jövedelemadó-leosztásból származó bevétel Észak-Biharban 2019-ben

A legrosszabb helyzetben levők, ahol a lakosságszámhoz képest a legkisebb a helyben foglalkoztatottak aránya, Székelyhíd, Hegyközcsatár és Biharfélegyháza. Székelyhíd esetében a mindössze 23 kilométerre levő Érmihályfalva, illetve a 20 kilométerre fekvő Margitta munkaerő-elszívó hatása érvényesül, valamint a roma lakosság hátrányos foglalkoztatottsági helyzete. Biharfélegyháza esetében a lakosság körében kisebb az aktív keresők aránya, és az aktív keresők közül sokan ingáznak Nagyváradra, Hegyközcsatár pedig egyértelműen a megyeközpont vonzáskörzetében van a munkaerő szempontjából, de mivel nem közvetlenül határos azzal, kevés vállalkozás telepedik meg a területén. Az ellentétes

oldalon a sok vállalkozást felvonultató Bors, Bihar és Szalárd községek mellett Margitta és Mihályfalva található, ahol sok jövedelemadó termelődik. Bihar és Szalárd mellett Paptamási is kedvezményezettje lesz a cégek letelepedésének a 2020-ban megnyíló autópálya-csomópontnak, illetve a közeljövőben megépülő, a Bihar Megyei Ipari Parkok Kft. által létrehozandó ipari parknak köszönhetően. Ugyanez a cég épít és népesít be Székelyhídon is egy ipari parkot két-három éves távlatban, ami elmozdíthatja az érmelléki várost a lista utolsó helyéről. A margittai (valójában Tótiban megépülő) autópálya-csomópont, a Bihar–Berettyószéplak autópálya-szakasz megépítése után, remélhetőleg 3-5 éven belül, Tótira és Vámoslázra is kedvező hatást fog gyakorolni.

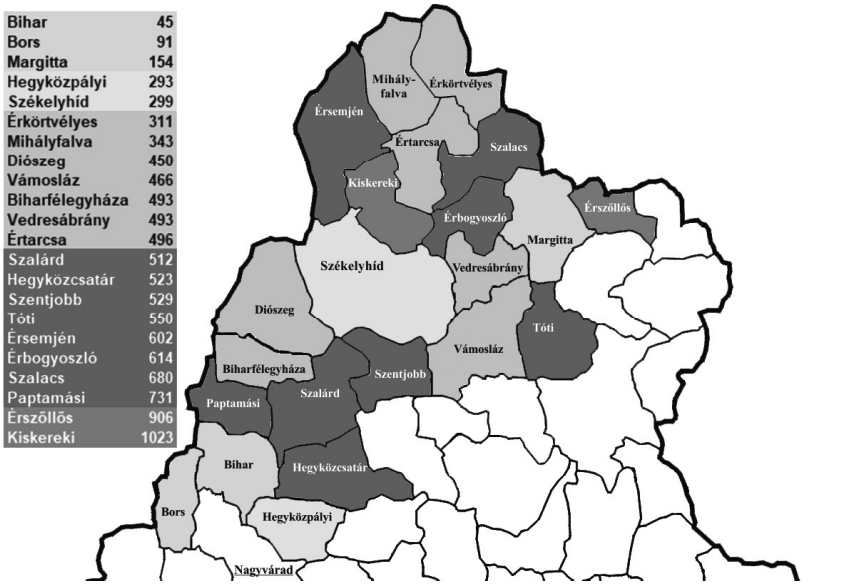


Forrás: saját szerkesztés

3. ábra. Egy főre eső helyi adóból és illetékekből származó bevétel Észak-Biharban 2019-ben

A 3. ábra azt szemlélteti, hogy a térségen belül hol a legkisebbek az adók. Az önkormányzatokat az egy főre eső helyi adók és illetékek alapján öt csoportba soroltam: a) 200 lej alatt, b) 200–300 lej, c) 300–500 lej, d) 500–1000 lej, e) 1000 lej fölött. A kivetett adók szintje természetesen összefügg a jövedelmi viszonyokkal, Érkörtvélyesen és Diószegen a legalacsonyabb, ami főleg az ottani önkormányzat adópolitikájával magyarázható. Ahol magasabb a jövedelem, ott magasabbak a

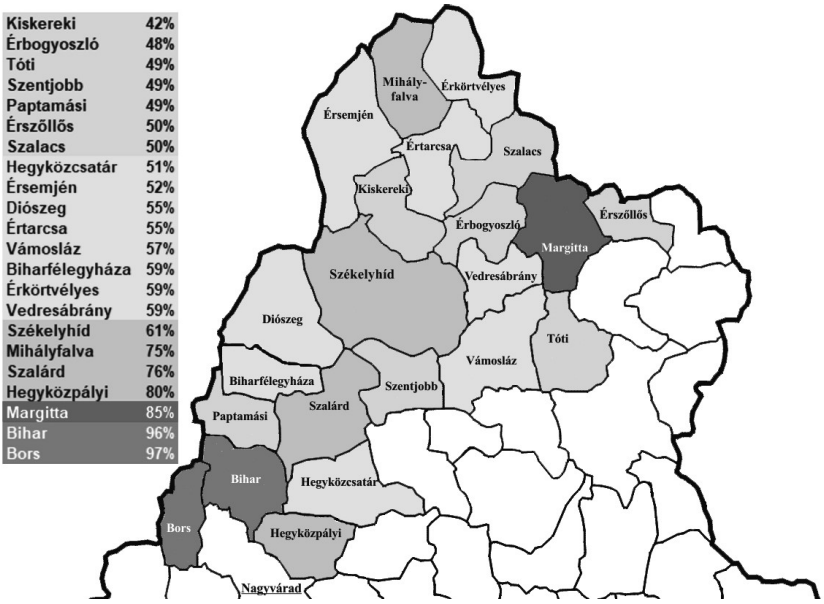
helyi adók is, mint Hegyközpályiban, mely kezd a megyeközpont bolygóvárosává válni, illetve Szalárdon és Borson. Ehhez a magasabb helyi adót kivetők csoportjához nem csatlakozik Bihar, ahol a jövedelmekhez képest alacsonyak a helyi adók, illetve Margitta sem.



Forrás: saját szerkesztés

4. ábra. Egy főre eső áfából leosztott bevétel Észak-Biharban 2019-ben

A 4. ábra a költségvetési támogatási mutató adatai alapján készült, valójában a régió kiszolgáltatottsági térképe, ahol a sötétebb árnyalatok azt jelzik, hogy az illető közigazgatási egységek a központi kormányzat által leosztott áfabevételektől függnek, hogy megvalósítsák törvényes közfeladataikat. Mivel a helyi közpénzek törvényében nincs szó az áfavisszaosztásról, illetve annak minimális szintjéről, gyakorlatilag az évente megszületendő költségvetési törvényekben osztják le ezeket a pénzeket, és a magas saját bevétellel rendelkező önkormányzatok gyakran minimális összegeket kapnak, vagy éppen egyáltalán semmit, mint például Bors vagy Bihar, de a megyei jogú városi státussal rendelkező Margitta számára is kedvezőtlen ez a leosztás. Az áfapénzekből főleg a hátrányos helyzetű önkormányzatok kapnak: Érszőllős és Kiskereki esetében ez az összeg egy lakosra számítva meghaladja a saját forrásokat (jövedelemadó-visszaosztás + helyi adók és illetékek), de hasonló az arány Paptamási, Szalacs és Érsemjén esetében is.



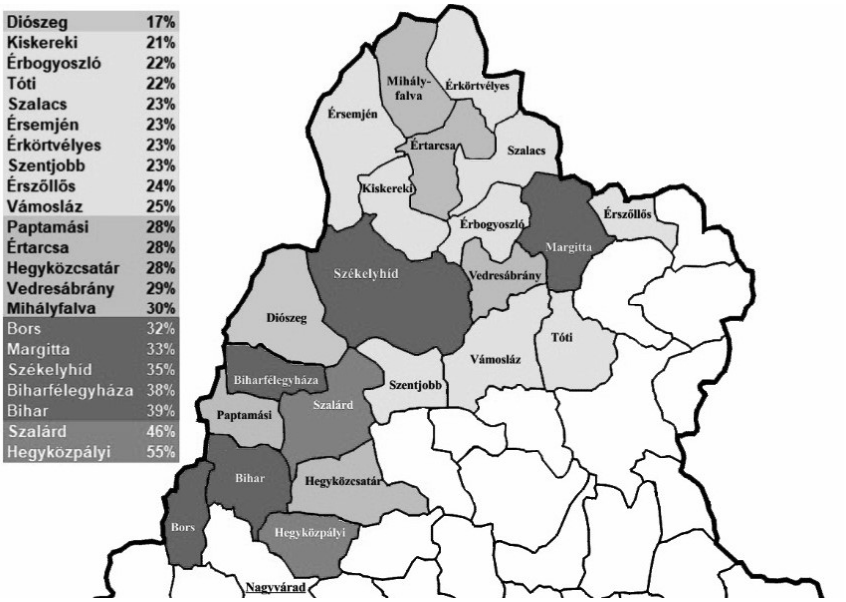
Forrás: saját szerkesztés

5. ábra. A pénzügyi autonómia mutatója Észak-Biharban 2019-ben

A pénzügyi autonómia mutatója az önkormányzatok központi költségvetéstől való függetlenségének a jelzője, a saját bevételek arányának a mutatója a teljes bevételek között. Az 50, illetve 60 százalék alatti arány azt jelzi, hogy az illető közigazgatási egységek saját bevételi forrásai egyáltalán nem elegendőek működésre és közfeladataik ellátására, és nagymértékben szorulnak rá a központilag újraosztott pénzekre. Az 5. ábrán látható, hogy a 22 vizsgált önkormányzat közül mindössze hét tartozik az elfogadható vagy nagy pénzügyi autonómiával rendelkező közigazgatási egységek kategóriájába, többek között a két város és a megyei jogú város is. A két, a költségvetéstől legkevesebb támogatásra szoruló önkormányzat a megyeközponttal szomszédos két község: Bors és Bihar. Jellemzően a megyeközpont 20 kilométeres körzetében fekvő községek esetében (jelenleg talán Paptamási kivétel) magasabb pénzügyi autonómiával rendelkeznek.

A helyi adók és illetékek aránya a saját bevételekhez (önfinanszírozási ráta) viszonyítva főleg az önkormányzatokhoz tartozó településeken élők életszínvonalára enged következtetni a 6. ábra alapján. Ez az arány is az urbanizációs góc-

pontokban, illetve azok környékén magasabb, a legtöbb helyi adót a Nagyvárad bolygóvárosává váló Hegyközpályiban szedik be.



Forrás: saját szerkesztés

6. ábra. A helyi adók aránya a bevételekből Észak-Biharban 2019-ben

Következtetések

A kutatásban vizsgált 22 önkormányzat Észak-Biharban található egy nagyjából 30 kilométer sugarú körben, két tájegységben: Érmelléken és a Berettyó mentén. Ez a terület nagyjából a bihari tömbmagyar vidék, minden vizsgált önkormányzatnál a magyarság aránya meghaladja a 30 százalékot, sőt 20 önkormányzat esetében az 50 százalékot is.

A kutatásban az önkormányzatok bevételeinek szerkezetét és pénzügyi autonómiáját vizsgáltam, különféle abszolút és relatív mutatószámokkal. Az egy lakosra eső önkormányzati bevételek azoknál a közigazgatási egységeknél jelentősek, ahol kifejezetten magas helyi adók és illetékek mellett az aktív cégek (munkaadók) nagy száma és a helyben foglalkoztattak (adófizetők) jelentős száma eredményezi a gazdasági erőt, aminek köszönhetően főleg a jövedelemadó-visszaosztásból jelentős összeggel gazdálkodhatnak. Érdekesség, hogy az újraelosztási rendszer (áfavisszaosztás) sajátossága révén a kevés lakosú, kis saját jöve-

delmű, viszonylag hátrányos helyzetűnek számító önkormányzatok (Kiskereki és Érszőllős) is az egy főre eső bevételek szempontjából előkelő helyen szerepelnek.

Az egy főre eső visszaosztott jövedelemadó szempontjából a legrosszabb helyzetben azok az önkormányzatok vannak, ahol a lakosságszámhoz képest a legkisebb a helyben foglalkoztatottak aránya (Székelyhíd, Hegyközcsatár és Biharfélegyháza). Az ellentétes oldalon a saját ipari parkkal rendelkező Bors mellett a sok vállalkozást felvonultató Bihar és Szalárd községek, valamint két város (Margitta és Mihályfalva) található, ahol sok jövedelemadó termelődik.

A kivetett adók szintje természetesen összefügg a jövedelmi viszonyokkal, de nagymértékben függ a helyi önkormányzat adópolitikájától is. A számítások szerint Érkörtvélyesen és Diószegen a legalacsonyabb, s ez elsősorban az ottani helyi tanács szociális alapú adópolitikájával magyarázható. Ahol magasabb a jövedelem, ott általában magasabbak a helyi adók is, mint Hegyközpályiban, mely kezd a megyeközpont bolygóvárosává válni, illetve Szalárdon és Borson.

A helyi adók és illetékek aránya a saját bevételekhez viszonyítva főleg a településeken élők életszínvonalára enged következtetni. Ez az arány is az urbanizációs gócpontokban, illetve azok környékén magasabb, a legtöbb helyi adót a megyeközpont vonzáskörzetében szedik be.

A pénzügyi autonómia mutatója az önkormányzatok központi költségvetéstől való függetlenségének a jelzője, a saját bevételek és a teljes bevételek arányát mutatja. A 60 százalék alatti arány azt jelzi, hogy az illető közigazgatási egységek saját bevételi forrásai nem elégségesek a működésre és közfeladataik ellátására, ezért nagymértékben szorulnak rá a központilag újraosztott pénzekre. A 22 vizsgált önkormányzat közül mindössze hét tartozik az elfogadható vagy nagy pénzügyi autonómiával rendelkező közigazgatási egységek kategóriájába, többek között a két város és a megyei jogú város is. A költségvetéstől legkevesebb támogatásra szoruló községek a megyeközponttal szomszédos két község: Bors és Bihar. Jellemzően a megyeközpont 20 kilométeres körzetében fekvő községek (Paptamási kivételével) magasabb pénzügyi autonómiával rendelkeznek.

A pénzügyi autonómia mutatója akkor mutatna valós képet, ha jogszabályi szinten létezne konzisztencia a helyi önkormányzatok bevételeinek alakításában. A helyi közpénzekre vonatkozó törvényt az elmúlt 13 évben többször is módosították (vagy közvetlen törvénymódosítással, vagy az éves költségvetési törvénnyel), ami sérti a pénzügyi autonómia elvét (lehetővé teszi a közvetlen kormányzati beavatkozást), és nem teszi lehetővé a hosszabb távra való terve-

zést. A pénzügyi autonómiát nem csupán a bevételi források átalakítása és átcsoportosítása csorbítja, hanem az olyan intézkedések is, mint 2018-ban, amikor az áfaleosztásból kimaradtak vagy csak csekély összegeket kaptak a takarékosabb önkormányzatok, amelyek a korábbi években tartalékokat halmoztak fel: a közfeladatok ellátására visszaosztott áfát a tartalékok 50 százalékával csökkentették.

Éppen ezért szükség lenne a helyi közpénzek jogszabályi keretének újraértékelésére, esetleg a helyi közpénzek törvénykönyvének (kódexének) megalkotására, amelyben a visszaosztási (mind a jövedelemadó-, mind az áfavisszaosztás) rendszert is újra kellene gondolni, illetve a jelenleg a bevételi források rendszerében tapasztalható torzítások kiszűrése is elengedhetetlen lenne.

Irodalomjegyzék

Curtea de Conturi a României 2017. *Sinteza cu privire la rapoartele privind finanțele publice locale pe anul 2016 întocmite la nivelul județelor.* http://www.curteadeconturi.ro/Publicatii/Sinteza%20Rapoarte%20Finante%20Publice%20Locale%20pe%20anul%202017.pdf, letöltve: 2019. 09. 29.

Dogariu, E. 2010. Studiu privind autonomia financiară locală în România. *Economie teoretică şi aplicată* 17(6), 65–73.

Dumitrescu, A. L. 2014. The fiscal federalism: the main instrument of good economic governance. *Journal of Global Economics* 6(1), 56–77.

Geréb, L. 2003. Önkormányzati finanszírozás. In: Horváth, Gy. (ed.) *Székelyföld.* Budapest–Pécs: MTA Regionális Kutatások Központja, 371–395.

Gherghina, S. 2017. Autonomia locală şi duşmanii săi: dilemele finanţării bugetelor locale. *Curierul Judiciar* 2017(10), 547–551.

Guvernul României 2011. Ordonanţa de Urgenţă a Guvernului nr. 102/2011 pentru modificarea Legii nr. 273/2006 privind finanțele publice locale din 25 noiembrie 2011. *Monitorul Oficial nr. 854/2011.*

Husman, A. I. 2014. *Rolul bugetelor locale în cadrul bugetului general consolidat*. http://www.fin.ase.ro/ABC/fisiere/ABC2_2014/lucrari/7.Husman%20Andrei-Ionut_PAPER.pdf, letöltve: 2019. 09. 29.

Manole, C. 2010. Professional performance evaluation within the Romanian administrative system. *Economia. Seria Management* 13(2), 407–426.

Marinescu, A.–Todor, L. S. 2014. Autonomia financiară şi procedura bugetară la nivelul unei unităţii administrativ teritoriale. In: *Conferinţa internaţională "Dezvoltare durabilă în condiţii de instabilitate economică" (ed. a III-a), 20-21 iunie 2014.* Bucureşti: Editura Cibernetică MC, 575–582.

Moldovan, B. A. 2017. Instrumente de măsurare a performanţei financiare a administraţiei publice locale. *Revista Transilvană de Ştiinţe Administrative* 2(35), 71–83.

Nagy, I. 2009. A székelyföldi megyék önkormányzati forrásai. *Tér és Társadalom* 23(3), 185–197.

Oprea, F. 2011. *Sisteme bugetare publice. Teorie şi practică*. Bucureşti: Editura Economică.

Parlamentul României 2006. Legea nr. 273 din 29 iunie 2006 privind finanţele publice locale. *Monitorul Oficial nr. 618/2016.*

Parlamentul României 2018. Legea nr. 2 din 3 ianuarie 2018 a bugetului de stat pe anul 2018. *Monitorul Oficial nr. 4/2018.*

Parlamentul României 2019. Legea nr. 50 din 15 martie 2019 a bugetului de stat pe anul 2019. *Monitorul Oficial nr. 209/2019.*

Profiroiu, A.–Profiroiu, M. 2007. Autonomia financiară a colectivităţilor locale din România – premisă a succesului descentralizării. *Transylvanian Review of Administrative Sciences* 19/2007, 77–85.

Rácz, B. G.–Unger, B. 2017. A romániai és magyarországi önkormányzati adótranszferek hatékonyságának összehasonlító elemzése. *Közgazdász Fórum* 20(130), 30–53.

Közgazdász Fórum
Forum on Economics and Business
22(140), 76.
2019/3

A 90 éves Csanády András köszöntése

VINCZE MÁRIA[1]

2019. szeptember 27-én Csanády András gazdaságfilozófust és szociológust köszöntjük 90. születésnapján.

Csanády András behatóan kutatja az erdélyi és főleg a székely vidék gazdasági és társadalmi lemaradásának okait és kitörési esélyeit, kiemelten a szegénység leküzdésének útjait és az együttműködés formáinak kialakításához vezető lehetőségeket.

2015-ben az RMKT Wesselényi Miklós-díjával való kitüntetése alkalmából – a *Közgazdász Fórum* 2018. évfolyamának 122-es lapszámában[2] is megjelent – laudációmban részletesen ismertettem az erdélyi közgazdászok érdekében végzett munkásságát.

Legújabb tanulmányát, a *Kőröspatak – Kálnok község társadalmának vizsgálata* címmel ez év augusztusában fejezte be és küldte el nekem is.

Közleményeivel, amelyekben az egyenlőtlen fejlődésnek, a foglalkoztatás és a felhalmozás lehetőségeinek, a kiszorulók esélyeinek, a falusi gazdálkodás feladatainak és a paraszti önellátás módjának székelyföldi kérdéseit vizsgálja, az RMKT tagságát is arra próbálja ösztönözni, hogy foglalkozzanak többet ezekkel az egész közösség számára oly fontos kérdésekkel.

Csanády András a jellegzetes erdélyi térségek tanulmányozásával és figyelemre méltó elemzéseivel maradandót alkotott. Reméljük, hogy munkáját a jövőben is folytatja. Ehhez kívánunk neki sok erőt és jó egészséget. Szívből reméljük, hogy továbbra is az erdélyi közgazdász társadalom élő lelkiismerete marad.

Kolozsvár, 2019. szeptember 20.

[1] PhD, professzor emerita, Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Magyar Intézet, e-mail: vincze.mariamagdolna@yahoo.com.

[2] Elérhető a http://econ.ubbcluj.ro/kozgazdaszforum.ro/admin/upload/495_2015_1_laudacio6.pdf címen.

Kiadó: Romániai Magyar Közgazdász Társaság és a Babeş–Bolyai Tudományegyetem
Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának Magyar Intézete
ISSN: 1582-1986 www.econ.ubbcluj.ro/kozgazdaszforum

Közgazdász Fórum
Forum on Economics and Business
22(140), 77–90.
2019/3

RMKT-hírek

Országos elnökség

Kiterjesztett elnökségi ülés Szovátán

Az RMKT kiterjesztett elnökségi ülést szervezett 2019. március 1–2. között Szovátán. A hagyományoknak megfelelően a szervezet országos és területi vezetői azért találkoztak, hogy az RMKT jövőjéről, a 2019-es év terveiről tárgyaljanak. A gyűlés egyik fő témája a csíkszeredai XXVIII. Vándorgyűlés volt. A Vándorgyűlés tematikája a „jövőképességre" koncentrál, magában foglalva a felzárkózást, a jövő technológiáit, Székelyföld gazdasági kihívásait.

Tusnádfürdői gyűlés

A hagyományokhoz híven 2019-ben is Tusnádfürdőn találkoztak a területi vezetők és az országos elnökség tagjai, hogy közösen egyeztethessenek az RMKT ügyeivel kapcsolatosan. A gyűlés július 27-én, a Csukás Hotelben került megrendezésre. Az októberi Vándorgyűlés szervezését és logisztikai kérdéseit vitatták meg a tagok, de a székház helyzetéről és a helyi szervezetek fellendítéséről is szó esett.

XXVIII. Vándorgyűlés

„Jövőképesség vs. sikeresség" mottóval a 2019-es Vándorgyűlés olyan témákat ragadt meg, melyek erdélyi vállalkozásokat és térségi lehetőségeket mutattak be, valamint a konferencia során a siker mikéntjeit is vizsgálták. A rendezvény 2019. október 4-én nyitotta meg kapuit a résztvevők számára Gyerkó László elnök, Ráduly Róbert Kálmán csíkszeredai polgármester, valamint dr. Nagy Benedek, a Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem adjunktusának beszédével. Mindhárman kiemelték a helyi összefogás fontosságát, hiszen ezáltal biztosítható egy közösség fennmaradása, ugyanakkor meghatározza szervezeteink jövőképét is.

A pénteki nap előadóinak sorát Bálint Csaba makrogazdasági elemző indította, aki az euró bevezetésének előnyeit és hátrányait ismertette. Az euró használatát az olló metaforájával írta le, amelyhez szintén fel kell nőni. A felzárkózás országunk esetében is szükséges, ennek hiányában az olló használata veszélyeket jelenthet. A nap további részében Alexandru Ilisie előadását hallhattuk a sikeresebb befektetések érdekében, majd Andy Szekely vállalkozó és

Kiadó: Romániai Magyar Közgazdász Társaság és a Babeş–Bolyai Tudományegyetem
Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának Magyar Intézete
ISSN: 1582-1986 www.econ.ubbcluj.ro/kozgazdaszforum

író motivációs tréningjén vehettünk részt az ezt követő órákban. Andy a vezetői képességek kifejlesztésének fontosságára fektette a hangsúlyt, és olyan gyakorlati feladatokat alkalmazott, melyek segítséget nyújthatnak a résztvevők számára a hatékonyabb és barátságosabb csapatmunkában, valamint egy sikeresebb vállalkozásvezetésben.

Szombaton hat szekció keretén belül taglalták a XXVIII. Vándorgyűlés tematikáját. Az első szekcióban a sportgazdaságtanról mint újabb gazdasági ágról beszéltek, és rendhagyó módon a pénzügyek kérdéskörét is egy szekció keretén belül boncolgatták. A nap második felében Csák János, valamint Palotai Dániel MNB ügyvezető igazgató előadására került sor. Palotai Dániel tartalmas beszámolójából megérthették a résztvevők: egy újabb lehetséges gazdasági válság kibontakozása előtt állnak, és a jelenlegi gazdasági irányzatokat közvetve érinti, több ágról is leselkedhet rájuk ez a hullámvölgy. Csák János címzetes egyetemi tanár előadása iránt szintén hatalmas volt az érdeklődés, melynek során kiderült: a jövőképesség egy újabb kutatási területnek bizonyulhat, mely nagyban meghatározhatja egy társadalom vagy nemzet lehetőségeit.

Idén elismerésben részesült egy erdélyi közgazdász, akinek munkássága hozzájárult az erdélyi magyarság szakmai fejlődéséhez. A díjat ezúttal Ráduly Erzsébet tanárnő kapta. A Wesselényi Miklós díjat 2019-ben dr. Bakacsi Gyula kutató professzornak ítélték oda, aki az elmúlt harminc év során kiemelkedően hozzájárult az erdélyi közgazdász-társadalom szakmai fejlődéséhez.

VII. Pénzmágnes – kulcs a gyarapodáshoz

Hetedik alkalommal szervezte meg a Romániai Magyar Közgazdász Társaság, a Magyar Mágnás Egyesület, valamint Magyarország Kolozsvári Főkonzulátusa, a Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetemmel partnerségben a *Pénzmágnes – kulcs a gyarapodáshoz* nemzetközi vetélkedőt középiskolás diákok számára. Az első forduló november 19-én zajlott, ahol a diákoknak egy online tesztet kellett megoldaniuk, majd a legjobbak december 13-án Kolozsváron a döntőben mérték össze tudásukat. Az idei vetélkedőre közel 300 középiskolás diák jelentkezett Erdélyből, Felvidékről, Délvidékről és Kárpátaljáról. A döntőben a tesztkérdéseket követően egy esettanulmányban mutathatták meg a kreativitásukat, majd a szakmai zsűri kiosztotta a díjakat: I. díj: 500 euró, II. díj: 300 euró, III. díj: 200 euró. A pénzbeli díjakon kívül a Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem, illetve a VIBE fesztivál által felajánlott különdíjakkal is jutalmazták a kreatív diákokat. A többszintes vetélkedőn a legjobb eredményeket a következő

diákok érték el: 1. díj: Páll László – Nagyberegi Református Líceum, Ukrajna; 2. díj: Székely Dávid – Bolyai Farkas Elméleti Líceum, Marosvásárhely; 3. díj: Páll Márton – Beregrákosi Általános Iskola, Ukrajna. A Pénzmágnes vetélkedő célja a diákok általános ismereteinek bővítése, melyek megoldást nyújthatnak a mindennapok pénzügyeiben.

Brassó

Románia gazdasága: fejlődési perspektívák és kihívások

2019. november 26-án került sor a CENTRUM Házban az RMKT brassói szervezetének rendezvényére, amelynek keretén belül két előadás is elhangzott. Elsőként Szécsi Kálmán, az RMKT tiszteletbeli elnöke *Románia gazdasága: fejlődési perspektívák és kihívások* címmel tartott előadást, majd Csató Endre (Raiffeisen Bank) *Hogyan kamatoztassuk a megtakarított pénzünket a mai kamatnélküli betétek világában* című előadásában ismertette a megtakarítási lehetőségeket, amikről manapság hasznos, sőt, illik tudni.

Bukarest

Investment trends spring-summer 2019

2019. május 7-én a bukaresti RMKT első alkalommal szervezett networking-estet. Az *Investment trends spring-summer 2019* címmel, az OTP Asset Management támogatásával megszervezett eseményen Dan Popovici (CEO OTP Asset Management) tartott előadást a makrogazdasági mutatókról és a befektetési lehetőségekről, amit networking követett finom vacsora és jó borok kíséretében. Az Espace Minoux-ban megszervezett eseménynek több mint harminc résztvevője volt, többnyire Bukarestben dolgozó magyar cégvezetők és vállalkozók.

Azaszép (Ozosep)

2019. november 9–10 között szervezte meg a helyi RMKT az Azaszép (Ozosep) vásárt. Hagyományszerűen az eseménynek a Verona kert adott otthont, a Cărtureşti könyvesbolt udvarán. A vásáron 26 székelyföldi termelő vett részt, és a jó időjárásnak köszönhetően több ezren látogattak el a rendezvényre, ahol hagyományos székely termékeket vásárolhattak közvetlenül a termelőktől.

December 20–22. között, első alkalommal, egy különleges karácsonyi, háromnapos vásárt sikerült zökkenőmentesen összehozni. A vásáron, melyet ezúttal is támogatott a Hargita Megyei Tanács, 25 termelő vett részt Maros, Kovászna és Hargita megyéből, és a három nap alatt több mint 5000 látogatót vonzott.

Vezetői kihívások és megoldások

2019. október 1-jén László Judit *Vezetői kihívások és megoldások* című könyvének bemutatóját tartották Bukarestben. A bemutató alkalmával hat vezetőt ismerhettek meg a résztvevők, akik nulláról indultak, és megvalósították itthon, Erdélyben is az amerikai álmot. Meghívottak voltak: Fejér Attila – Eli Lilly Romania, ügyvezető igazgató; Gorbai Attila – Tenrom, ügyvezető; Nagy Károly – Promelek, társtulajdonos, vezérigazgató; Soós Réka – Green Partners, társtulajdonos, ügyvezető; Széll Levente – Agrosel, társtulajdonos, ügyvezető.

Csíkszereda

BizniszVitamin

2019. február 6-án reggel megszervezték az első csíkszeredai BizniszVitamint. A rendezvény időszerűségét és szükségességét alátámasztja az a tény is, hogy az előre eltervezett helyszín szűknek bizonyult, és a helyek rövid idő alatt beteltek. A rendezvénysorozat első meghívottja Májai László ügyvéd volt, aki *Adóhatósági Útvesztők* címmel tartott nagy sikerű előadást, melynek keretében tapasztalatokat, gyakorlati tanácsokat osztott meg a hallgatósággal. Az előadó külön kitért a nemzetközi kereskedelmi szerződések kapcsán felmerülő buktatókra, érdekességekre.

A 2019. június 12-ei BizniszVitaminon Laurenţiu Moldovan, a Hargita Megyei Fogyasztóvédelem igazgatója mesélt szakterületének sajátosságairól, az aktuális törvényi keretekről és számos olyan információt osztott meg, ami a hallgatóság számára hasznosnak bizonyult.

A vállalkozások életében

2019. június 19-én *A vállalkozások életében* című rendezvényen három nagyon érdekes témát járhattak körül a résztvevők Sankó Gyatsa formatervező és Ferencz József pénzügyminisztériumi munkatárs segítségével. Megtudhatták, hogy mi is az ipari formatervezés és miért hasznos ez a cégek tevékenységében, ugyanakkor eligazítást is kaptak a jelenleg elérhető állami támogatás lehívására irányuló két pályázatról, valamint arról is, hogy kihez kell fordulniunk, ha hamis reklámmal találkoznak.

Kolozsvár

BizniszVitamin

A 2019. január 16-án megszervezett BizniszVitamin a megszokott gasztroelőadással kezdődött, amely ezúttal a fahéjas tekercsről szólt. A szakmai előadást

Daradics Botond tartotta, aki pénzügyi elemző az egyik legtöbb munkavállalót foglalkoztató Kolozs megyei cégnél, az Emersonnál. A *Látható...vagy mégis láthatatlan? A business folyamatok nem annyira komplex világa* című előadás többek között rávilágított arra a tényre, hogy a nagyvállalatok sikerének egyik legfőbb tényezője, hogy folyamatokban és folyamatmenedzsmentben gondolkodnak, optimalizálnak, és ezáltal nagyon hatékonnyá tudják tenni rendszerüket. Ezt a szemléletmódot mindenképp érdemes átvenni a hazai kis- és középvállalatoknak.

A 2019. február 13-ai BizniszVitamint Berke Sándor indította gasztroelőadásával, majd Rigó Ferenc, a Travelminit társtulajdonosa és vezetője következett, aki az online marketingről tartott bemutatót. A szakmai előadás részletesen kitért a performanciamarketing, brandmarketing és az employer brandinggel kapcsolatos fogalmakra, stratégiákra és technikákra.

Március 13-án egy finom zöldséges tavaszi tekercs receptjének a bemutatásával kezdődött a márciusi BizniszVitamin, majd szakmai előadást Székely-Sebestyén György, a Quadro galéria igazgatója és társtulajdonosa tartott, betekintést nyújtva a művészeti tárgyakba való befektetés világába.

Április 10-én egy tojás-szuflé recept bemutatásával kezdődött a BizniszVitamin. Szakmai előadó ezúttal Killyéni András volt, a közismert sporttörténész, akiről eddig kevesen tudták, hogy nagy projektmenedzsment-tapasztalattal rendelkezik. Átfogó előadásában leírta a projektmenedzsment különböző műfajait, és ezeknek a lépéseit külön kihangsúlyozva a kockázatmenedzsment fontosságát.

A 2019. május 8-ai BizniszVitamin az önfejlesztés jegyében zajlott. A résztvevők megtudhatták, hogy mi a coaching szerepe egy vezető életében. Szakmai előadó Balogh Ingrid volt, aki rávilágított arra, hogy egy jó coaching-tanácsadás meghatározott időszakra szól, és hogy a coach csak segíti az ügyfelet a céljainak elérésében, de a munkát az ügyfélnek kell elvégeznie.

Június 12-én reggel újra megtelt az 1568 Bistro, ahol egy újabb vállalkozás sikertörténetét hallhatták a résztvevők. Az előadás mellé Molnár György, a Bistro egyik szakácsa mozaikszeletet szolgált fel. A szezon utolsó előadója, Kilin Gábor a Copyland Trading alapító tulajdonosa volt. Előadása leginkább a vállalkozása sikerének menedzsmentjéről szólt, illetve „best practice”-okat osztott meg a hallgatósággal, vállalkozásvezetés terén.

A 2019. szeptember 11-ei szezonindító Biznisz Vitamin meghívottja Székely Barnabás GDPR-szakértő volt. Előadásában a résztvevők megtudhattak minden lényeges információt a KKV-ra vonatkozóan, GDPR-szempontból.

A november 20-i BizniszVitamin meghívottja Sorbán Csaba (színészmesterségi tanár) volt, aki szerint a testbeszéd az egyik leglényegesebb része a sikernek. Csaba olyan tanácsokkal látta el a résztvevőket, amelyek a vállalati életben is segíthetik őket.

Az év utolsó BizniszVitaminján, 2019. december 11-én a szakmai előadó Szécsi Gyöngyike, a Coats Group PLC igazgatója volt. Előadásában a hosszú távú fenntarthatóságról beszélt vállalati szempontból.

Közgazdász Borklub

Egyéves szünet után, 2019. február 28-án újraindult a kolozsvári RMKT Közgazdász Borklubja. A debütáló esemény szakmai előadója dr. Nagy Ágnes, a Román Nemzeti Bank igazgatótanácsának tagja volt, aki *Makrogazdasági kilátások* címmel tartott előadást. Ebben kitért Románia gazdasági helyzetére, szó esett az inflációról, a valutaárfolyamról, a bankszektor helyzetéről, mindezt a monetáris politika szemszögéből vizsgálta.

Ilyés Márton, a Rajk Szakkollégium igazgatója és a Corvinus Egyetem tanára tartott előadást a május 30-i borkostolón. Ezúttal a közgazdászok témát járta körül: mit jelent közgazdásznak lenni, milyen kihívásokat rejt magában ez a szakma, és hogyan változott meg a közgazdaságtan. A közgazdászokról szóló bemutatót a washingtoni konszenzussal kezdte, amely irányt nyújt a közgazdászoknak abban, hogy miként lehet egy fejlődő vagy válságban lévő ország gazdaságát „helyretenni". Ezt követően magukról a közgazdászokról beszélt, és a közbeszédben elterjedt tulajdonságaikról ejtett szót. A résztvevők megismerhették a szakma és a jelenlegi szakemberek problémáit, olyan globális problémákat, amelyek gyökeresen kötődnek a politikához, és szó esett az újraelosztás nehézségéről is. A problémák mellett az ösztönzőkről is beszélt az előadó, és egy mindenki számára érthető, hétköznapi példával élt az ösztönzők fontossága megértésének érdekében.

Az évad utolsó, 2019. június 27-ei meghívottja Szász Péter volt, aki immár kilenc éve a Kolozsvári Magyar Napok rendezvénysorozat fundraisere. Előadását a törvényi háttér bemutatásával kezdte, ami jelenleg nagyon kedvező Romániában. Kihangsúlyozta, hogy egyre több vállalatban van meg a társadalmi felelősségvállalás (CSR), és egyre többen állnak civil kezdeményezések mellé.

A 2019. szeptember 28-ai Borklub meghívottja Ament Amarilla, a Honor Magyarország PR-menedzsere volt, aki bemutatta a kezdő mobilmárka fejlődését, elmagyarázta a PR fontosságát az ágazatban, illetve kontextusba helyezte, hogy milyen egy kisebb gyártó (a Huawei almárkája) készülékeit reklámozni.

A november 28-i meghívott dr. Szász Levente, a BBTE Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának dékánhelyettese volt. Előadása, mely a vevőelpártolásról és a szolgáltatás-helyreállításról szólt, és melyben az elmélet és a gyakorlati példák ötvözésével mutatta be a témát, hatalmas sikert aratott.

Az év utolsó, 2019. december 19-ei Közgazdász BorKlubja több szempontból is rendhagyó volt. Fekete Henriett a szarvasgombákról beszélt a hallgatóságnak, és azt is megtudhatták a résztvevők, hogy nagyon sok gombász, aki szarvasgombával foglalkozik, nem fedi fel a munkáját, vagy hogy a gombászok hűséges társa kutyájuk, aki több száz méterről is megérzi a gomba illatát, és ki is ássa azt.

Marketing Mastermind

#1 Programindító beszélgetés. 2019. február 5-én került sor a Marketing Mastermind program első beszélgetésére a kolozsvári RMKT szervezésében, melynek meghívottjai Buzogány László és Rigó Ferenc, a Travelminit szállásfoglaló oldal alapítói voltak. A Marketing Mastermind alapötlete, hogy habár sok értékes konferenciát szerveznek marketing témában, az előadások sokszor csak a felszínt súrolják, és nincs lehetőség valódi párbeszéd kialakítására. Ezt a problémát igyekszik a program orvosolni.

#2 PPC AD sikertörténetek. A Marketing Mastermind második, 2019. március 19-ei kiadása iránt is nagy volt az érdeklődés, hiszen a PPC (Pay Per Click – kattintások után történő fizetés) hirdetésekről volt szó, amelyek a marketing szakma fontos eszközei. Meghívottjuk Kállai Emánuel volt, aki az általa alapított Sales Origo cégével a Growww Digital ügynökség munkájába is besegít. A dr. Seer László egyetemi adjunktus, marketingszakember által moderált beszélgetés egyik fontos témája a szakma gyors változása volt, valamint az etika fontossága a marketingben.

#3 A trendeken túl. A harmadik Marketing Mastermind rendezvényen Seer László és Csatlós Pál tartott előadást 2019. április 15-én. Már a beszélgetés elején kiderült, hogy mostanra ért meg a piac a marketingszolgáltatásokra, és egyre több vállalkozó érzi, hogy ezzel is kell foglalkozni, így mindig van munka. Csatlós Pál szerint a szakma sikertényezői többek között az, hogy mennyire látható az ügyfelek üzleti modellje, illetve hogy egy vállalkozó mennyire van tisztában a stratégiájával, víziójával, és mennyire bízik meg tanácsadóiban. Egy másik sikertényezőnek a kreativitás bizonyult, hiszen a nagyon nagy költségvetésű reklámkampányokat csak a nagy cégek engedhetik meg maguknak, így a kisebb cégek esetében a minél ötletesebb kampányok hozhatják a bevétel növekedését.

#4 Content Marketing. A május 28-i kiadás meghívottja Vargancsik Tekla volt, az Onlike ügynökség alapítója, aki már több mint tíz éve tartalommarketinggel foglalkozik. Tekla szerint a jó content marketing egy hosszú távú tevékenység, több tartalom (cikk, fotó, videó) láncolata, amely mélyreható információkat tartalmaz az illető célcsoport számára.

#5 Networking. November 27-én került sor a Marketing Mastermind networking estre, amelynek fő célja a jövő évi programsorozat és koncepció megtervezése volt. 2020-ban a Marketing Mastermind várhatóan megújul, leginkább az események szerkezetét tekintve, nagyobb hangsúlyt fektetve a szakmai kapcsolatok építésére.

Vezetői kihívások és megoldások

2019. április 16-án, a Rhédey kévázóban Leitersdorfer Edit Wilma, a Kárásztelki Pezsgőpincészet ügyvezetője segítségével egy új pince megteremtésének titkaiba, pezsgő- és borkészítés rejtelmeibe nyerhettek betekintést a résztvevők. Szó volt a megérzés és a bizalom fontosságáról, valamint a felelősségéről, továbbá magyarországi szemszögből a román borpiac sajátosságait és a megszokott vezetői kihívások kérdéseit is tárgyalták a rendezvényen.

Május 22-én Papp György-László, a fennállásának 25. évfordulóját ünneplő Medline alapító ügyvezetője egy iparág megteremtésének nehézségeibe, kalandjaiba avatta be a résztvevőket, ahol megtudhatták azt is, hogy mennyire fontos a türelem, a hit, az alázat, milyen szerepe van a bizalomnak a takarítói szolgáltatásban, milyen kihívásokat rejt Kolozsvárról vezetni egy országos lefedettséget biztosító céget, ezek mellett pedig az immár megszokottnak nevezhető vezetői kérdések is előkerültek.

László Judit *Vezetői kihívások és megoldások* című, az Exit Kiadó gondozásában megjelent könyvét június 12-én mutatták be Kolozsváron, a Vallásszabadság Házában. A bemutatón jelen voltak a könyvben szereplő vállalatvezetők is: Fejér Attila – Eli Lilly Romania, ügyvezető igazgató; Gorbai Attila – Tenrom, társtulajdonos, ügyvezető; Nagy Károly – Promelek, társtulajdonos, vezérigazgató; Soós Réka – Green Partners, társtulajdonos, ügyvezető; Széll Levente – Agrosel, társtulajdonos, ügyvezető.

November 26-án, a Vallásszabadság Házában Lax Csongor Tibor, a Strabag betonkészítő részlegének, valamint a Frischetonnak a gazdasági vezetője segítségével a résztvevők megismerhették a nemzetközi piacon jelen lévő építőipari vállalat által nyújtott fejlődési lehetőségeket, a romániai körülmények nyújtotta

előnyök, hátrányok, sajátosságok kihívásait a helyi vezetés számára és a bizalom szerepét a szervezeti felépítésben.

December 10-én, ugyancsak a Vallásszabadság Házában László Judit programvezető Hajdó Csabával, az ALT Technologies autóbiztonság ipari vállalat romániai ügyvezetőjével beszélgetett arról, hogy milyen sajátosságai vannak az iparágnak, miért tekinthető a vállalat úttörőnek a minőségbiztosítás területén, és milyen kihívásokkal kellett megküzdeni a romániai leányvállalat megalapításakor.

Frank Cespedes előadása

Június 10–11. között a kolozsvári RMKT meghívására Frank Cespedes professzor (Harvard Egyetem) tartott egy intenzív másfél napos képzést Kolozsváron, melynek fő témája a *Stratégiai agilitás és megvalósítás: emberek, partnerek, árképzés* volt. A másfél napos program alatt a 75 résztvevő összesen három Harvard Business School-os esettanulmányt (valós kérdésekkel/problémákkal) oldott meg csapatokban, amelyeket ezt követően közösen is megvitattak. A professzor előadásokat is tartott, amelyek szorosan kapcsolódtak a kidolgozott esetekhez. Az esettanulmányok és előadások három fő területen segíthettek a résztvevőknek: árazás (ár, érték kommunikáció, ügyfélmenedzsment a változó vásárlói környezetben), partnerek (partnerek kiválasztása és kezelése), emberek/tehetségmenedzsment (a teljesítménymenedzsment gyakorlati alkalmazásai a növekedéshez és a hatékony munkavégzéshez szükséges készségek kifejlesztésében). A program utolsó mozzanataként a résztvevőknek lehetőségük nyílt arra, hogy saját kérdéseiket is feltegyék, amelyekre a többi résztvevővel együtt próbáltak választ találni.

Évadzáró kiértékelő

Egy vacsora keretében zárta a szezont a kolozsvári RMKT elnöksége és meghívottjaik 2019. június 12-én. Először kiértékelték a Frank Cespedes (Harvard Egyetem professzora) által tartott programot, illetve következtetéseket fogalmaztak meg a jövőben szervezendő hasonló eseményekkel kapcsolatosan. Ezt követően a szervezet egész éves tevékenységét értékelték és beszélték át a résztvevők, valamint szó esett a tervezett programokról, eseményekről is.

Elnökségi ülés

2019 júliusában elnökségi ülést tartott a kolozsvári RMKT, melynek az egyik legfőbb célja az őszi események és tevékenységek megtervezése volt. A kolozsvári szervezet elfogadott két lényeges fejlesztési tervet, amelyek szorosan kapcsolódnak a jövőbeni eseményekhez. Egyrészt mindenképp be szeretnék vezetni az

online előfizetési rendszert, mely lényegesen egyszerűbbé tenné a fizetési folyamatokat, másrészt az elnökség megszavazta a kommunikációs tervet is, melynek keretén belül a szervezet minden jövőbeli rendezvényét, szakmai eseményét professzionálisan fogja kommunikálni, valamint az eseményekről készült videókat youtube csatornán fogják közzétenni.

NYATA (Nyári Szakkollégiumi Találkozó)

2019. július 16–21. között szervezték meg Diószegen (Szlovákia) az immár több évtizedes hagyománnyal rendelkező NYATA-t, amely a Szakkollégiumi Mozgalom legfontosabb eseménye. Szőcs Endre, az RMKT Kolozsvár alelnöke *Erdélyi magyar gazdaságépítés* témában tartott előadást a szakkollégistáknak, akik ezt követően feltehették kérdéseiket az előadónak.

Kovászna megye

Tisztújítás

Az RMKT Kovászna megyei fiókszervezete 2019. április 11-én tartotta meg éves közgyűlését, ahol a szervezet tisztújítására is sor került. A tisztújító közgyűlés a leköszönő elnökség szakmai beszámolójával kezdődött, majd a tagság elfogadta a szervezet 2018. évi gazdálkodásáról szóló beszámolót, amit a tisztújítás követett. Az új elnök Kicsid Gergely, elnökségi tagok: Benkő Zsuzsa, Veres János, Fejér Zsolt, Kiss Bartha Annamária és Bogdán Laura lettek.

Közgyűlés

Nem szokványos közgyűlést tartottak 2019. november 5-én a Kovászna megyei szervezet tagjai. A szabályzatmódosító közgyűlésen Gyerkó László RMKT-elnök is részt vett.

Könyvelők találkozója

2019. november 21-én egy közintézményi könyvelőknek szervezett találkozó (CECCAR) társszervezője volt a Kovászna megyei szervezet. Meghívottként előadást tartott Bálint Csaba makrogazdasági elemző is *Múló árnyak vagy esti szürkület a gazdaságban?* címmel.

Marosvásárhely

Networking Játékest

Január 27-én tartották meg a 2019. év első rendezvényét a marosvásárhelyi RMKT-nál, mely egy játékestet foglalt magába. Az esemény szervezésében nagy szerepe volt Gábor Attilának, aki összehozta a fiatal résztvevőket.

A februári Játékest előadással kezdődött, melynek során Szilágyi Nándor beszélt a pályázati lehetőségekről a StartUp cégek számára. A számos kérdés megválaszolása után a résztvevők az estét kötetlen beszélgetéssel, játékkal zárták.

Március 28-án a Játékest vendége Koszta Csaba vállalkozó volt, aki előadásában a vállalkozások elindításáról beszélt, valamint annak összes lehetséges buktatóiról és kínált lehetőségeiről a fiatalok számára. Meghívott előadó volt továbbá Horváth Annamária könyvelő is, aki szintén sokat hozzáadott az est sikeréhez a könyvelés, pénzügyek terén.

Együtt vettek részt fiatalok és vállalkozók május 23-án az RMKT Marosvásárhely gazdasági játékestjén. Nagy Gábor és társa tartott rövid értekezést vállalkozásukról (jatszma.ro), és hozzájárulásukkal olyan stílusú játékestet sikerült szervezni, ahol a résztvevők jó hangulatban próbálták ki a különböző játékokat, amelyeket a játékmesterek bámulatos egyszerűséggel magyaráztak el.

Doing Business konferencia

Április 10-én a Doingbusiness.ro egész napos konferenciát szervezett, melyen a Romániai Magyar Közgazdász Társaság társszervezőként vett részt. A konferencia olyan témákat foglalt magába, mint például a vállalkozásokba beépíthető robot-asszisztens vagy a korszerű HR- és személyzetfelvétellel foglalkozó cégek hatékonysága.

Kasza Tamás nemzetközi tréner előadása

Az RMKT Marosvásárhely neves vendég-előadója, Kasza Tamás értékesítés-lezárás specialista június 3-án tartott előadást, melyen közel 250 ember vett részt. Ennek keretében példákkal magyarázta el az értékesítéslezárás legfontosabb momentumait. Olyan tippeket, ötleteket adott, amelyeket már szinte azonnal lehet alkalmazni ahhoz, hogy sikeres legyen az értékesítés.

Az ingatlanpiac jelene és jövőbeli kilátások – Grill Party

A marosvásárhelyi RMKT 2019. július 19-én egy évadzáró Grill-partyval egybekötött pódiumbeszélgetést szervezett, aminek keretében a jelenlegi ingatlanpiac helyzetét vitathatták meg a résztvevők.

Vezetői kihívások és megoldások

2019. november 5-én Marosvásárhelyen mutatták be László Judit *Vezetői kihívások és megoldások* című könyvét. Meghívottak voltak: Fejér Attila – Eli Lilly Romania, ügyvezető igazgató; Gorbai Attila – Tenrom, ügyvezető; Nagy Károly – Promelek, társtulajdonos, vezérigazgató; Széll Levente – Agrosel, társtulajdonos, ügyvezető.

Tisztújítás

Az RMKT marosvásárhelyi szervezete minden második évben titkos szavazáson megválasztja a következő két év elnökségének tagjait. A 2019. december 4-i közgyűlésen többségi döntés alapján Szilágyi Nándor nyerte el a vezetői címet. A 2020-as évet a helyi szervezet Mészáros Oszkár elnökségével és Szaknyéri Tünde irodavezető-rendezvényszervezővel indították el, az elnökségi tagok részvételével. Terveik között szerepel a fiatalokkal való együttműködés, a Gazdasági Társasjáték, valamint a Sikeres Vállalkozók sorozat folytatása, de új gazdasági témájú előadásokat is terveznek.

Szatmárnémeti

Könyvadományok gimnáziumoknak

Tradícióvá vált Szatmárnémetiben, hogy mindhárom szatmári magyar gimnáziumban könyvcsomagot ajándékoz az RMKT annak a két diáknak, aki amellett, hogy kiemelkedő tanulmányi eredményeket ér el, gazdasági pályára is készül**.** Az átadásra 2019. május 30-án került sor a Kölcsey Ferenc Főgimnáziumban, május 31-én a Hám János Római Katolikus Teológiai Líceumban és június 1-jén a Református Gimnáziumban.

Szervezői gyűlés

Szervezői gyűlésre került sor november 8-án Szatmárnémetiben, Gyerkó László RMKT-elnök és több mint húsz szatmári közgazdász és gazdasági szakember részvételével. Szó volt a 2020-as Vándorgyűlés lehetséges dátumairól, témájáról, helyszínéről, illetve a szatmári szervezet jövőbeni terveiről.

Székelyudvarhely

Udvarhelyszéki polgármesterek tárgyaltak Farkaslakán

A román parlament döntése nyomán közszolgáltatásnak minősül a gáz szolgáltatása, ezzel pedig megnyílt a lehetőség arra, hogy közpénzt lehessen fordítani a szolgáltatási hálózat kiépítésére, bővítésére. Nagy Bege Zoltán AENR- és RMKT-alelnök is jelen volt azon a 2019 májusában szervezett találkozón, ahol udvarhelyszéki polgármesterek tárgyaltak Farkaslakán annak lehetőségéről, hogy a helyi települések közösen tervezzenek fejlesztéseket a gázhálózat kiépítésével, bővítésével kapcsolatosan. A közös fellépés a szolgáltatókkal való egyeztetések hatékonysága szempontjából is előnyösnek bizonyult.

Együttműködnének a nagyküküllői közbirtokosság képviselői az RMKT-val

A közbirtokosság tőkéjét érdemes volna koncentrálni és olyan gazdasági projektekbe befektetni, amelyek elősegítik Székelyföld fejlődését – hangsúlyozta Szécsi Kálmán, az RMKT tiszteletbeli elnöke a Nagyküküllő Közbirtokossági Szövetség minikonferenciáján Székelyudvarhelyen. A május 24-i rendezvényen udvarhelyszéki közbirtokossági képviselők és más területek – Sóvidék, Gyergyó, Háromszék – meghívottjai gazdasági előadásokat, befektetési lehetőségekről szóló prezentációkat hallgathattak végig. A konferencián előadott Szécsi Kálmán tiszteletbeli RMKT-elnök is, aki makrogazdasági perspektívákról beszélt, illetve bevezetést nyújtott a befektetés világába. A konferencián felszólalt többek között Kotró Adél is a LAM Mikrohitel Rt. képviseletében.

Vállalkozz okosan!

Az elmúlt időszakban az RMKT két képviselője is részt vett egy 2019. május 25-én középiskolásoknak szervezett üzletiterv-versenyen Székelyudvarhelyen. A Vállalkozz okosan! üzletiterv-versenyre Hargita és Maros megyéből érkeztek a diákok. Az előzetes kiértékelés után nyolc csapat jutott a székelyudvarhelyi elődöntőbe, ahol két csoportban mérkőztek meg, bemutatva üzleti terveiket. Végül a döntőben a zsűrinek négy csapat terveit megtekintve kellett kiválasztani a legjobbakat, ahol az első helyet a marosvásárhelyi Bolyai Farkas Elméleti Líceum csapata, a The Office nyerte el.

RIF

Szovátai vezetőképző

Szeptember 5–8. között került sor azon vezetőképző-táborra Szovátán, amelynek elsődleges célja az volt, hogy a RIF (RMKT Ifjúsági Frakció) tagokat összehozza, a csapatmunkát fejlessze, és az egyéni vezetői készségek oly téren kerüljenek előtérbe, hogy azok a későbbiekben mind a tagok, mind a RIF számára gyümölcsözőek legyenek. Ennek a tábornak az Outward Bound szervezet adott otthont, amely kültéri tevékenységek szervezésére specializálódott – a résztvevőket olyan élethelyzetekbe helyezik, ahol muszáj kilépniük a komfortzónájukból és úgy boldogulniuk.

Új elnökséget választott a RIF

2019. október 17-én került sor a RIF tisztújító közgyűlésére. A közgyűlést Márton Panna-Borbála, volt RIF-elnök, majd Gyerkó László, a Romániai Magyar Közgadász Társaság elnöke nyitotta meg köszöntő beszédével. A szavazatok

összesítése után Tankó Attila lett a szervezet új elnöke, az ő munkáját alelnökként segítik: Molnár István, Oláh Ildikó, Erőss Renáta, Vicol Koppány, Szekeres Krisztián és László Zoltán.

Adománygyűjtés gyerekek számára

December 18-án a Mikó Imre Szakkolégium néhány tagja (Kakassy Konrád, Kiss Andrea, Biró Réka) és Tankó Attila, a RIF elnöke is ellátogatott a RIF képviseletében, és adományokkal segítette a marosvásárhelyi Szent Erzsébet Egyesület munkáját, amelynek rendeltetése, hogy családi légkörben, az evangélium szellemében neveljen, gondozzon árva, szociálisan árva, valamint olyan magukra hagyott gyerekeket, fiatalokat, akiket nem fogadott be senki. A gyerekek társasjátékokat és élelmiszereket kaptak ajándékba, akik hálából énekkel és verssel készültek.

Év végi beszámoló és jövő évi tervek

A RIF évzáró eseményére december 11-én került sor a Heltai folk-kocsmában, melynek keretén belül megtartották az egyesület éves beszámolóját. Szó esett a jövő évi tervekről is, majd a részt vevő tagok egy állófogadásos beszélgetésen megoszthatták egymással közös RIF-es élményeiket is.

Összeállította: Erőss Renáta