

SELYE E-STUDIES



SELYE E-STUDIES

Selye e-studies

UNIVERZITA J. SELYEHO

Online recenzovaný vědecký časopis

Ročník: 8/2017

1. číslo

ISSN 1338-1598

Vydala: Ekonomická fakulta, Univerzita J. Selyeho, Komárno

REDAKČNÁ RADA

PRESEDA

doc. RNDr. János Tóth, PhD. EF UJS Komárno

ČLENOVIA

prof. Dr. József Poór, DSc. EF UJS Komárno
prof. Dr. Andrea Bencsik, CSc. EF UJS Komárno
doc. Ing. Radovan Madleňák, PhD. FPEDAS ŽU Žilina
doc. Ing. Loreta Schwarzová, PhD. FEŠRR SPU Nitra
doc. Ing. Jitka Langhamrová, CSc. FIS VŠE Praha
Ing. Tomáš Löster, PhD. FIS VŠE Praha
doc. RNDr. Zuzana Hajduová, PhD. PHF EU Košice
Ing. Ján Kavec, PhD. NHF EU Bratislava
Ing. Norbert Gyurián, PhD. EF UJS Komárno
Ing. Renáta Machová, PhD. EF UJS Komárno
doc. Mgr. Ing. Ladislav Mura, PhD. EF UJS Komárno
Dr. habil. Zsuzsanna Széles, PhD. KTK NYME Sopron
Mgr. Ing. Tomáš Černěnko, PhD. NHF EU Bratislava

ZODPOVEDNÝ REDAKTOR

Ing. Zoltán Šeben, PhD. EF UJS Komárno

OBSAH

Durugy, A. – Kollár, P.: A NEW APPROACH OF COMPETENCE MEASUREMENT.....	4
Kecskés, P.: THE ROLE OF GEOGRAPHICAL PROXIMITY IN INTER-ORGANIZATIONAL COMMUNICATION.....	15
Szabó Győri, R.: CATALONIA'S STRIVING AFTER INDEPENDENCE.....	24
Juhász, T.: A CSALÁDOS MUNKAVÁLLALÓK SZERVEZETI MEGÍTÉLÉSE.....	42
Bíró, M. – Müller, A. – Ráthonyi-Ódor, K. – Ráthonyi, G. – Bácsné Bába, É. – Dobay, B.: AZ OLIMPIAI JÁTÉKOK ÖRÖKSÉGEI, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI HATÁSOKRA.....	51

A NEW APPROACH OF COMPETENCE MEASUREMENT

András Durugy - Péter Kollár

Abstract

Mystery shopping, as a monitoring tool, can be used for the measurement of the quality of personal sales and client service. The aim of the course work is to reveal the methods and possibilities of mystery shopping conducted in the interest of competence measurement. Our study focuses on the problems of measurability and on the possibilities of monitoring conducted within the frame of mystery shopping. During mystery shopping we observed behavioural mosaics and at the evaluation process we did not stop at determining one or the other points of dichotomies regarding “there was / there was not” or “he/she did it / he/she did not do it”, but we rather determined certain levels that make the measurement possible and by the use of these levels we conducted comparisons. The present study introduces the further findings of the research published in *Vezetéstudomány* journal, edition 47, (Durugy, Kollár, Madarász, 2016).

Key words

Competency. Measurement. Observation. Mystery shopping.

Introduction

Organization development consultants mostly agree that, after the era of engineers the era of economists followed and by today the period of behavioural science has arrived. Of course this does not mean that, acquired and applied knowledge from before has lost its validity. The fact is that, engineering and economical approaches have become widely known by today and people have increasingly started implementing these into organisational-management practices so that further developments are now focusing on other areas, i.e. on behavioural science. Within the marketing industry, “client and consumer behaviour, the increase of the number of loyal clients as well as paying attention to the satisfaction of customers” (Hofmeister-Tóth et al., 2003) have become more and more important because the retention of an existing client usually costs more than the acquisition of a new one. Marketing researchers often say that, it is estimated that, during purchases (upon products offered with similar conditions and upon interchangeable products) product characteristics determine the saleability of a certain product or service, the decision of consumers and the satisfaction of clients only in about 30%. In our research, by monitoring mystery shopping, we examined one of the most important ingredients of the remaining 70% determinant, the competences of sales representatives. For consumer satisfaction we considered politeness, helpfulness, open communication with customers, the endeavour for problem identification and problem solving, the individual’s personal needs for the tidiness of his/her environment and customer care to be important competences. Every textbook mention these properties as basic requirements for sales representatives and administrators dealing with clients and customers. However, we were more interested in the question that, how the monitored sales representatives can really meet these requirements.

1. Material and methods

1.1 Examination of competences of “front office” colleagues by mystery shopping

The sharper competition on markets and the fight for consumers in daily business and in science demands new approaches in economic science itself. According to János Kornai “twenty or thirty years ago an economist was able to take an empirical study seriously

only if it was using ex post statistical data.” He believed that, using the method of questioning as the basis of an economic study is just not a serious approach. Only market researchers or maybe sociologists do these kind of things but a serious and prestigious economist would not do that. Nowadays it is not like that. The industry has realised that we need to know how people think. What kind of expectations they have, what are their hopes, how they sense things, what kind of values have an effect on their thinking, how optimistic or pessimistic they are?” (Kornai, 2006: p. 953-954).

By focusing on consumer decisions Gábor Koltay and János Vincze compared the classical economic approach with the results of the new behavioural science discipline, the behavioural economics and have come to the same conclusion as Kornai. „Behavioural economics, as they say, is a reaction to the understanding of human being by neoclassical economics. Its main question is that, compared to the idealised neoclassical assumptions, how economic players really behave, i.e. the reality of behavioural assumptions attracted the main emphasis. ... We can conclude from researches of behavioural economics that, »intellect and emotions« often cannot be separated in consumer decisions” (Koltay, Vincze, 2009: p. 495., 496. and 521.)

Its marketing conception is anyway closer to the areas of psychology and social psychology than to economics, i.e. primarily it does not assume general rationale from market participants and at its examinations it considers consumers as individuals. The approach of psychology and sociology that focuses on behaviour gave analytical tools into the hands of researchers and, indirectly, corporate executives to provide a better understanding of consumers. ...Consumer behaviour... basically depends on the context (Bauer, Berács, Kenesei, 2014)

The marketing phrase of “front office” in the title relates to all colleagues who get in direct connection with the consumers and buyers of the organisation or company. I.e. sales representatives, administrators, consultants, agents, etc. In this article, for simplicity, we will give an equal meaning to sales representatives and sales consultants.

„Personal sales is the most expensive contacting and communicational tool of the company” - concludes László Dankó (2009: p. 165.) For this particular reason companies try to replace it with other tools. In lights of its benefits and relatively high costs it is surprising that it does not attract a lot of attention (two examples of the rare literature: Furnham, Milner, 2013; Lombart, Didier, 2012) Meanwhile there are more and more signs showing that, even in self-service shops, people need service, consultation and help more often. Or every one of us have heard complaints from people communicating with an automated voice on the phone saying: “I want to talk to a real person!”

In many fields of business it is essential to use the different methods of personal sales. From consultants and agents to local sales representatives there are many employees with a task of getting in touch personally with clients and buyers. There are important expectations against the behaviour of sales representatives while exercising personal interactions. Of course these expectations depend on the type and situation of sales as well as on the type of the client, however there are some rules that each and every sales representative should follow at every type of personal sales. These are after all very simple behavioural rules: the sales representative should be polite, helpful, discreet, patient, a good judge of human nature, and should have the right personality for making contacts and the ability to express himself/herself. The sales representative is expected to have a tidy and clean appearance, appropriate knowledge, professional literacy, empathy and helpfulness. We defined these according to the classical grouping of sales procedures: greeting, approaching the client, presentation, product referral, closing and CRM.

In the definition of competences we relied on the results of researches on professional dedication of on-site sales representatives. An early example is a sociological

research conducted in the 1960's in the United States (Friedmann, Havighurst, 1962) saying that, professional pride of sales representatives at work was fed by the challenge they were feeling at work and by their own creativity. They felt their work like a service for helping customers so that they can find what they are looking for, even if sometimes the customers themselves do not know what they want. A good sales can reach something that „only love can reach: to scrutinise the most inner desires before the individual would recognise them by himself/herself” (Simmel [1908] 1964: 62.p.) Based on these things we classified the competences of problem recognition and active problem solving, apart from politeness, to be amongst the most important and most basic competences.

According to the „Pedagógiai lexikon (1997) competence is »basically an intellectual (cognitive) quality, however motivational elements, skills and other emotional factors also play an important role in it« (II. volume, 266.). According to this definition it is obvious that we are facing a complex system” as Vilmos Vass says (Vass, 2009). Further to that, competences can be considered as a sort of personal success and are in direct connection with high level performance. (Fehér, 2011) Due to the nature of competences the “competence definitions” (Komor, 2001.), and competence-maps try to describe, define and understand (Komor et al., 2010) their content rather than giving an exact, operational description of them. The measurement makes it unavoidable to ensure the measurability of comprehensive and abstract concepts and divide them into empirically understandable components.

Therefore we divided the examined competences into elements and we defined the elements as specific behaviour components and we called the observed behavioural elements as behaviour mosaics.

We considered every behavioural mosaic as a sign of a possessed or lacking competence. For some competences more mosaic groups can refer to, whereas for others maybe only one or two. For instance we considered smiling, eye contact and the direction of communication (towards the partner or into the air) as an expression of politeness in behaviour.

Of course the behavioural mosaics can be further expanded, particularly when we dig deeper into such types of personal sales that are less “mechanical”, such as consulting or agency. However, we would like to point out again that, in our research we examined only the most basic and most common expectations and competences.

The most important question of the examined sales discounts is, whether the buyer has left with satisfaction and good feelings. For the measurement of this two procedures have been adapted by the industry so far. On of these is when we ask for the opinions of the sales representatives or the customers in interviews or with the help of questionnaires about the realised purchase. This solution seems to be obvious but in terms of the examination it also has its disadvantages. The opinions may be based on post-purchase subjective impressions, they may be distorted and, which is the most important for us, they may be based on such impressions that make it not possible to identify the competences to be improved.

The other solution is when we send trained observers for the observation of the examined interactions. They can work as outsider observers (they only observe) or participating observers (active participants of the examined interactions), however it is the most important condition of the measurement in both cases that, these observations should be evaluated based on standardised, calibrated behavioural patterns and converted into comparable and measurable patterns with each other.

1.2. Behavioural mosaics that can be observed during mystery shopping

In our examination we chose the second option (participating observers), the so called mystery shopping. For the execution we found hardly any help from the Hungarian

market research literature (i.e. Gordon, Langmaid, 1997; Hoffmann et al., 2000; Malhotra, 2009). The online terminology of the companies that offer mystery shopping emphasises the opportunities in this method but do not discuss the principles that ensure the objectivity and precision of mystery shopping. According to our knowledge the only scientific article in the topic of mystery shopping is the article of Papp-Váry and Kosztka (2006). In spite of its title the article does not really discuss the theory of mystery shopping but rather its practical approach. This is not a surprise because the so called mystery shopping is a widely employed practice in the world but it lacks a generally approved theory and practice.

The literature considers the observation itself as such a “soft”, qualitative method whose point is the “understanding of the examined phenomenon and putting it into a wider social context” (Héra, Ligeti, 2005: pg. 136), and not making it to be measurable and to measure it. Therefore the practice of mystery shopping usually focuses on such easily observable factors like the tidiness of the retail shop, the freshness of the goods, the adherence to the regulations and not on the competences of the sales representatives manifested in their behaviour. Should it still consider behavioural factors, these are usually based on subjective general impressions and memories.

However, “since the majority of the shopping decisions (some people say it is around 80%) are made on site, the impressions that the buyers experience are not indifferent. Therefore everywhere where the customer service processes are standardised or where it is possible to standardise them, the execution must be (should be) controlled. “Without these sort of standards I think it is a complete waste of money” - says one of the affected users on the mysteryvisit webpage (www.mysteryvisit.hu).

Dusseldorp and Southwold (1994) provide useful advice for the “standardisation” i.e. categorisation and classification of the observed factors. Why do we need this standardisation? Because we can rarely observe social factors (including competences) directly, most of the time we can only approach these via indicators. For example, politeness can be observed via greeting and the method of communication.

In their article Papp-Váry and Kosztka quote Mark Michelson, president of the Mystery Shopping Providers Association, who believes that, in an ideal observation form we can choose only between »yes« and »no« answers and the “no” answer should be explained with the help of pre-defined categories (Papp-Váry, Kosztka, 2006: pg. 70). Cathy Stucker has a more differentiated opinion when she says, “as a mystery shopper you do not need to tell your thoughts about the things you experienced there. All you need to tell is what really happened. Most of the questions you need to answer as a mystery shopper are yes/no questions. Were you greeted within 30 seconds? Was your order satisfied in an appropriate manner? Did you receive an invoice/receipt?”

It is a question of our own determination whether we want to examine certain events by yes/no questions or by metric (to what extent, how soon, etc.) questions. According to two Australian researchers „some aspects of customer service can be measured the most by categorising tools like whether the sales representative gave a correct answer to the customer’s question. Others can be measured by scaling, such as friendliness” (Dawes, Sharp, 2000). Therefore they applied metric and category scales in their study.

In our study, as we will introduce it in the next chapter, we also gave up on the traditional categorisation practices. By the definition of behavioural mosaics and their levels we tried to eliminate the subjectivity of the observation method as much as possible. Because at the traditional mystery shopping the mystery shoppers can judge only by their own subjective assessments because they do not have such an exact gauge that helps them to judge the underlying behaviour and its scale. Furthermore, at the post-event judgement stage, their personal habits, needs and their dominant mood at the time of the shopping event play a significant role. We improved the objectivity of mystery shopping in practice by the

categorisation of competences into elements and by the definition of behavioural mosaics calibrated by different levels.

1.3 The issue of measuring competence prints

Should we accept Michelson`s advice concluded from mystery shopping practices, on one hand it means that, the examination always contains subjective judgment elements that are based on general impressions, i.e. the measurement will be unreliably subjective; on the other hand the result of the examination will be such a nominal scale that will not make it possible to conduct serious analyses. Let us take an example of a general requirement cited in every text book, the smiling. In the instance of smiling what do “yes” and “no” mean? Some people smile at greeting, some other at saying good bye and there are people smiling all the time through the interaction. There are pleasant smiles, sarcastic smiles or challenging smiles... When and what should be written according to the “it happened”, “it did not happen” instructions?

The other problem of “yes” and “no” answers is that they provide a nominal scale and by that no mathematical operation can be conducted. For instance, in 2010 a study (K. I. 2010) found that, „the findings of the research covering 14 countries are not too bright. Compared to 2008 last year the mood for smiling has plummeted internationally. Swedish sales representatives reached the best results with 87%, whereas Hungary achieved the 8th position on the smiling ranking” Explanation to the percentage point value: 87% of Swedish sales representatives smiled at the customer when he/she entered the shop. 13% probably did not smile or smiled only after the greeting. Nominal scales, as most methodology books discuss it, are not really considered to be as scales. Even if we provide number codes for each of the categories, „in case of the nominal scales the numbers do not reflect quantity.” (Malhotra, 2009: pg. 289).

For the measurement and deeper analysis it is of substantial importance that, we should obtain higher level analysable units - at least ordinal scales. Therefore we defined different levels for the time period, the required effort or intensity of the observed behaviours. Further discussing the question of smiling we can say that, levels number 1 and 2 mean the total lack of smiling, number 3 means an appearing smile at greeting, number 4 is for the smiling throughout the whole interaction whereas level 5 indicates an unnecessarily strong smiling or smiling that does not express kindness (e.g. ironic). Similarly, the first level of the so called problem recognition behavioural mosaic means that, ¹the sales representative did not want to deal with the problem indicated by the buyer at all; the second level shows that it was not the sales representative who personally tried to explore the problem but he/she sent the consumer to someone/somewhere else (e.g. information desk); levels number 3 and 4 mean that the sales representative asked the point and details of the problem whereas level 5 shows that he/she was saying irrelevant/intimidating things (gossiping).

On one hand the derived scale still contains subjective judgment elements (which we were able to reduce by the thorough training of mystery shoppers). On the other hand, and this meant a bigger concern from an analysis point of view, the derived scale was higher level than the nominal one but it was only possible to consider it as an ordinal scale at most. However there are attempts for the examination of the validity and reliability of these sort of procedures (Roberts, Campbell, 2007; Liu, et al., 2014)

¹It is not to be mixed up with the competence of conflict management. This is about the problems of the consumer, e.g. he realises in the shop that the request of his wife (buy baker`s yeast) requires a decision from him due to the widely offered bakers` s yeasts (dry, fresh, instant, etc.). The reaction of the sales representatives can vary from “come back when you know what you want” to “if your wife wants to bake bread then you can buy the dry one but if she wants to bake croissant then you should take the fresh one”.

2. Results

Our observation form covered 5-5 levels of 14 factors that can be described by behavioural characteristics. Of course we are aware of the fact that, the subject of observation varies from case to case. We need to observe different things at customer service desks of public institutions, at a retail shop purchase, at being a client at a ticket desk or at negotiations with sales agents. However in this article we only deal with competences that are significant at all types of personal sales. In the table below we can see the individual observation aspects. The trained mystery shoppers had to evaluate the different factors of the individual acts on a scale of 1-5. We gave a description to each and every scale value according to the scale of effort. The individual scale values can also be considered as “reward points” where 1 = low effort/performance and 5 = high effort/performance.

1. Table. Observation factors

Observation factors
receptiveness
eye contact
volume
articulation
direction of speech
attention
balance
politeness
problem understanding
problem solving
empathy
smiling
helpfulness
saying goodbye

Source: Own source

2.1 Training of mystery shoppers

After the standardisation of the scale the reification of the “gauge” - i.e. the mystery shoppers - followed. After the mystery shoppers received the list of behavioural mosaics, they had to grade a simulated situation according to their own judgment. The evaluations were matching in 75% in spite of the fact that, they were prepared on the basis of the subjective general impressions of the observers. It is fair to say however that, in the first simulation we only asked for a nominal (“it happened”, “it did not happen”) evaluation.

As part of the next stage of the training we ²gave them a list of individual behavioural mosaics with levels and “grades” and with the new list they had to evaluate a new, simulated purchase situation. We had repeated the process up to the point when we could reach 80% matching with the new, detailed evaluation.

We warned the mystery shoppers that, they will need to observe several things at the same time so they should memorise the behavioural mosaics and the evaluation factors of different levels. It is the consequence of the method that, during the purchase they do not have the opportunity to record the observed events, they need to do the grading afterwards. 90% of the behavioural mosaics related to concrete actions. We asked the mystery shoppers to record these in their memories and after they had finished the purchase start the evaluation

²The training of the mystery shoppers was conducted by Európa Tréning Kft. together with the colleagues of the psychology laboratory operated at the Gödöllő campus of Szent István University.

with the grading of these actions. After this they can start dealing with the questions regarding general impressions (so that their observation evaluations will be influenced minimally)

2.2 Results of PCA

The results were based on 399 mystery shopping occasions and 1-5 grading of 14 behavioural mosaics. The data recording had happened between January and September 2016 at customer service offices of public service organisations.

We tried to control the reliability, validity and consistency of the developed evaluation system by mathematical-statistical procedures. First we did the structural validation with the help of principal component analysis. We processed the data by IBM SPSS programme.

At the definition of the factors we considered the Kaiser criteria ($\lambda_K > 1$) at the first run. The KMO indicator value is at 0.892 whereas the Bartlett test significance level is at 0.000. Based on these things our system of variables is suitable for factor analysis. The values belonging to the main diagonal that is visible in the correlation section of the anti-image matrix are moving between 0.929 and 0.825 which just reinforces our previous assumption. The rotated factor structure after the first run is visible in the table below. We did not include factor weightings below 0.2. Amongst the 14 observation points 10 can be categorised clearly into factors, however in the cases of problem solving, problem understanding, smiling and receptiveness we see that, these variables can be allocated to more than one factor.

2. Table. First result of PCA

Variables	actor 1	actor 2	actor 3
attention	.751		
empathy	.734		
problem solving	.611	.466	
helpfulness	.601		
problem understanding	.543	.503	
balance		.759	
saying goodbye		.735	
politeness		.678	
smiling	.386	.534	.336
direction of speech			.753
eye contact			.690
articulation			.635
volume			.585
receptiveness			

	.433		.572
--	------	--	------

Source: Own source

We conducted a new analysis for the clarification of the factor structure. Starting from that point we excluded the “smiling” and “receptiveness” variables from the analysis. At the second run we ignored the basic rule for the selection of main components that were considered to be significant, $\lambda_K > 1$ i.e. we did not consider only the main components that have an own value larger than 1 but almost as many as necessary to explain the 75% of the total variance. Accordingly, 4 factors were defined. Our decision was reinforced by the „scree test” and by the „a priori” rule. According to the result of the main component analysis run in our indicator system the KMO=0,858 and the empirical significance level belonging to the Bartlett-test is lower than 1%. The lowest value at the main diagonal in the anti-image matrix correlation section is 0.752. Considering all of these findings the indicator system is still suitable for multi-variable analysis. According to the results the four main components explain 73.37% of the total variance. The own value is 4.1 for the 1st main component, 1.4 for the 2nd main component, 1.04 for the 3rd main component and 0.8 for the 4th main component. For the clarification of the factor structure we used Varimax rotation. The results are in accordance with the initial expectations of the logical relationships. 4 factors were created in total which we named as “customer management”, “problem management”, “service”, “communication”. We can see the rotated factor structure in the table (3. table) as follows.

3. Table. Second result of PCA

Variables	customer management	problem management	service	communication
attention	0.769			
empathy	0.73			
helpfulness	0.624			
problem solving		0.715		
problem understanding		0.669		
balance			0.767	
saying goodbye			0.738	
politeness			0.666	
direction of speech				0.767
eye contact				0.674
articulation				0.657
volume				0.621

Source: Own source

3. Conclusion

We defined the main components according to the definitions as follows: “Service”: The sales representative is ready for service and has a polite behaviour while interacting with the client. “Problem management”: The sales representative is trying to explore and solve the problem of the client while exercising such a behaviour that considers the emotions and mood of the client. “Communication.”: The sales representative is using verbal and non-verbal tools

that are appropriate in the situation. “Customer management”: The sales representative ready to pay attention, helps to customers and feels empathy.

Based on the results we assume that, the coherent observation variables are the indicators of the same competence. In the next steps we examined the internal consistency of the scales created by the coherent observation variables. As indicator we chose the Cronbach alpha indicator. The value of alpha is 0.86 in case of the service factor, 0.89 for problem management, 0.75 for communication and 0.77 for customer management. We also examined how the value of alpha indicator changes when we exclude certain observation variables. The value of the indicator did not change substantially in any of the instances which refers to the internal stability of competences.

Summary

In this article we have discussed the fine-tuning of the gauge used for the data recording of mystery shopping and the measurement method of mystery shopping. We observed so called behavioural mosaics that can unfold whether the behaviour of sales representatives meets certain expected competences. At the evaluation process we did not stop at determining one or the other points of dichotomies regarding “there was / there was not” or “he/she did it / he/she did not do it”, but we rather determined certain levels that make the measurement possible.

At the principal component analysis of the results we were able to develop a relatively stable factor structure, based on which we shall conclude the structural validity of the valuation. We measured the internal consistencies of the developed competences by the alpha indicator which showed us a relatively acceptable value with the exception of one competence. We were able to reclaim 73% of the information of the original observation variables.

Our research has shown that, mystery shopping, as a measurement methodology is a valid method, worth of further development efforts. One condition of the validity is the fine categorisation and appropriate calibration of the observed phenomena, i.e. the development of applicable measurement standards.

The limitations of our research are also worth noting. The sample taking was not based on probability calculation, it cannot be considered as representative. The validity and reliability of the individual competence scales should be checked by further measurements and examinations. Our aim for the future is to compare the introduced evaluation method with a standard competence measurement tool.

Bibliography

Báthory Z. – Falus I. 1997. Pedagógiai lexikon. Keraban, Budapest.

Bauer A., Berács J. Kenesei Zs. 2014. Marketing alapismeretek. Akadémiai Kiadó, Budapest, ISBN: 9789630595025

Chih-Hsing Sam L. – Ching Shu S. – Ganc, B. – Sheng-Fang C. 2014. Effective restaurant rating scale development and a mystery shopper evaluation approach. Pp. 53-64. In International Journal of Hospitality Management. Vol. 43. ISSN: 0278-4319

Dankó L. 2009. Személyes eladás. Marketing szakos hallgatók számára. Miskolc. Pro Marketing Egyesület.

Dawes, J. – Sharp, B. 2000. The Reliability and Validity of Objective Measures of Customer Service: “Mystery Shopping”. Pp. 2-18. in Australian Journal of Marketing Research. January 2000. ISSN: 0004-9476

Durugy A., Kollár P., Madarász I. 2016. Eladói kompetenciák mérése próbavásárlással VEZETÉSTUDOMÁNY 47:(2) pp. ISSN 0133-0179

Dusseldorp, D. van – Southwold, S. 1994. Policy-Oriented Research for Integrated Rural Development: The Role of the Social Sciences. Wageningen, Agricultural University.

Fehér J. 2011. Emberi erőforrás menedzsment rendszerek és módszerek, Gödöllő, Szent István Egyetem Publisher ISBN 978-963-269-228-9

Friedmann, E. A. – Havighurst, R.J. 1962. Work and Retirement. Pp. 41-55. in Nosow, Sigmund; Form, W.H. (eds.) (1962) Man, Work, and Society. A Reader in Sociology of Occupations. New York. Basic Books. pg. 48-49) ISBN 10: 1125162910

Furnham, A. – Milner, R. 2013. The Impact of mood on consumer behavior: Staff mood and Environmental factors. Pp. 634-641. In Journal of Retailing and Consumer Services (2013) Vol. 21. ISSN: 0969-6989

Gordon, W. – Langmaid, R. 1997.: Kvalitatív piackutatás. Gyakorlati kézikönyv. Budapest HVG Kiadói Rt. ISBN: 963-7525-12-2.

Héra G. – Ligeti Gy. 2005. Módszertan. Bevezetés a társadalmi jelenségek kutatásába. Budapest Osiris ISBN: 9633897882

Hoffmann M. (ed.) 2000. Piackutatás. Budapest Műszaki Könyvkiadó. ISBN: 9631630641

Hofmeister-Tóth Á. – Sajtos L. –Simon J. 2003. Fogyasztói elégedettség. Budapest Alinea ISBN: 9638630639

K. I. [online] 2010. Mosolygósak az eladók, de nem eléggé. Available on the internet: http://www.blikk.hu/blikk_aktualis/mosolygosak-az-eladok-de-nem-elegge-2020452. Downloaded: [20. 11. 2014.]

Koltay G. – Vincze J. 2009. Fogyasztói döntések a magatartási közgazdaságtan szemszögéből. Pp. 495-525. in Közgazdasági Szemle. year 56. 6th issue (June) ISSN 0023-4346

Komor L. (ed.) 2001. Az európai gyakorlathoz illeszkedő munkaerő-piaci készségigény felmérése a magyar oktatás-képzés fejlesztése szolgálatában. Szent István University Faculty of Economics and Social Sciences, Department of Managerial Sciences, November 2001

Komor Levente – Madarász Imre – Réti László – Kovács Ildikó Éva 2010. „Az európai gyakorlathoz illeszkedő munkaerő-piaci kompetenciaigény-felmérés a hazai munkáltatók körében a diplomát igénylő munkakörök esetén” című kutatás eredményeiről. (TÁMOP-4.1.2.A/2-10/1-2010-0019). Szent István University Faculty of Economics and Social Sciences

Kornai J. 2006. A társadalomtudományok elkülönüléséről és együttműködéséről. Pp. 949-960. in Közgazdasági Szemle. Vol. 53. No. 11 (November) ISSN 0023-4346

Lombart, C. – Didier, L. 2012. Consumer satisfaction and loyalty: Two main consequences of retailer personality. Pp. 644-652. in Journal of Retailing and Consumer Services. Vol. 20. No. ISSN: 0969-6989

Malhotra, Naresh K. 2009. Marketingkutatás. Budapest Akadémiai Kiadó ISBN: 9789630586481

Pap-Váry Á. F. – Kosztka E. 2006. „Titkos vásárlók”: a mystery shopping kutatás elmélete és gyakorlata. Pp. 67-72. in Marketing és Management. Year 40 Issue 5-6. ISSN 1219-0349

Roberts, B. – Campbell, R. C. 2007. Being new-consumer friendly: determinants of service perceptions in retail banking. Pp. 56-67. in International Journal of Bank Marketing. Vol. 25. No. 1. ISSN: 0265-2323

Simmel, Georg “The Tertius Gaudens” and “Divide et Impera”. 1950. 154-169.p. In. Georg Simmel, The Sociology of Georg Simmel, Edited and translated by Kurt Wolff, New York: The Free Press. ISBN0029289203

Stucker, K. [online] 2013. A próbavásárlás pénzkeresés csalással? Az igazság meglepő: Internet ScamBusters #194 in Cambusters.org. Accessible here: Available on the internet: <http://www.mysteryvisit.hu/mitoszok-es-tenyek/> Downloaded: [14. 08. 2014.]

Vass V. [online] 2009. A kompetencia fogalmának értelmezése. Available on the internet: <http://www.ofi.hu/tudastar/hazai-fejlesztési/kompetencia-fogalmanak>. Downloaded: [11. 12. 2014.]

Authors' contact details

András Durugy – PhD student, Szent István University, Faculty of Economics and Social Sciences, Páter Károly utca 1. Gödöllő, 2100, durugy.andras@europatrening.hu

Péter Kollár – Assistant lecturer, Szent István University, Faculty of Economics and Social Sciences, Páter Károly utca 1. Gödöllő, 2100, kollar.peter@gtk.szie.hu

THE ROLE OF GEOGRAPHICAL PROXIMITY IN INTER-ORGANIZATIONAL COMMUNICATION

Petra Kecskés

Abstract

The form of organizations' relations and organizational communication is influenced by several factors. The study focuses on a part of an empirical research which was implemented in 2013, in the SMEs of the Western Transdanubian region, in Hungary. Its focus was the in-depth analysis of inter-organizational communication; the aim of this article is to analyze the impact of geographical proximity on the inter-organizational communication and used communicational genres. The impact of geographical proximity is relevant, however, it is observed periodically.

Key words

Proximity. Geographical proximity. Communicational genres. Inter-organizational communication. Empirical research.

Introduction

In parallel with inter-organizational relations, the inter-organizational communication has become more relevant and as technology and info communication has been developed, communication can be realized between companies situated in different areas of the world (Aguilera, Lethiais 2015).

The inter-organizational communication is influenced by several internal and external factors from the viewpoint of a certain organization which can be categorized into two groups (Borgulya 2007). On one hand, there are the external factors such as society, the national and economic culture where the company is functioning, on the other hand, the organization itself because the size, the strategy, the leadership or the organizational culture have a great impact on the communication (Lin et al. 2015).

In inter-organizational communication, many text types and communicational genres are used and can be differentiated based on internal or external or as written or verbal communicational genres (Ablonczyzné Mihályka 2010, 243-256). A contract is a part of the external and written communicational genre; a negotiation is an external but verbal one. Meetings, phone calls and letters (both traditional and e-mails) are used in internal and external communication as well (Bodnár 2012, 54-55).

1. Table. Typical communicational genres and their categories

	Written	Oral
External	E-mail Report Blank Tender Advertisement Letter Contract Publication	Phone call Phone message Meeting Report Negotiation Consultation Presentation
Internal	Short message Reminder Regulation	Phone call Meeting Introductory interview

Internal report Minutes Circular Application	Introduction of workplace Report Conversation Instruction Small talk
---	--

Source: Ablonczyné Mihályka, Livia: *Gazdaság és nyelv*, 2006, p. 66.

As it is seen from Table 1, there are several types of communicational genres which needs face-to-face meetings of organizations' representatives, however, there are forms which does not require personal attendance of the communication participants. Since the importance of knowledge networks and relations has been arised, the study of influencing factors is also growing. The field of regional studies is dealing with the term and the impact of proximity in todays' inter-organizational settings.

Proximity is often interpreted in its traditional, i.e. geographical/phisycal meaning, when the concentration of companies is highlighted (Bouba-Olga, Ferru 2012, Letaifa, Rabeau 2013). However, Entrikin (2011) states that geography is not exclusive anymore; it is necessary but not sufficient in inter-organizational relations (Bentlage et al. 2014, Dettmann et al. 2015, Johnson et al. 2006).

Beside geographical proximity, other dimensions of proximity are defined which all include soft factors influencing inter-organizational relationships, knowledge-flows and communication.

The representatives of the French School of Proximity differentiate the organizational proximity from the geographical one (Gallaud. Torre 2004). The researchers study the impact of these proximity dimensions on knowledge-transfer processes, their role in innovative milieus and focus on the relation of proximity dimensions (Torre, Rallet 2005). Geographical proximity means the distance between two physically separated objects of which rate can be measured and expressed objectively and exactly. However, organisational proximity includes soft factors which promote the interactions and their development of organizations and/or organizational communities, therefore, the measurement of organisational proximity is more complex (Torre,Wallet 2014).

Boschma (2005) studies proximity in innovational context, and makes distinction between five proximity dimensions. Beside geographical proximity, the author identifies 4 proximity dimensions – organizational, institutional, social and cognitive proximity – which can reduce uncertainty and facilitate knowledge-flows in inter-organizational relations. Geographical proximity expresses physical closeness, while organisational proximity means the tightness of relations within an organization or between organizations. When a relation is tighter, the likelihood of knowledge-sharing and development of innovation is higher. Institutional proximity contains a formal (laws) and an informal (shared language) level which provides homogeneous business environment to facilitate the formation of relations. Cognitive proximity is based on the similarity of organizations, i.e. “people sharing the same knowledge base and expertise may learn from each other (...) and facilitates effective communication” (Boschma 2005, 65). Social proximity includes the social embeddedness (Autant-Bernard et al. 2007) of economic actors on a micro-level where trust, former common experience and friendship are the key factors (Anchorena, Anjos, 2015).

Legendijk and Lorentzen (2007) conclude that when there is geographical distance between actors, other factors come to the fore regarding knowledge-transfer processes, namely the virtual, cognitive, organisational, institutional, temporary and economic proximities. The authors also present a relational matrix of geographical and organizational proximity which is introduced in Table 2.

2. Table. Types of relations based on the rate of geographical and organizational proximity

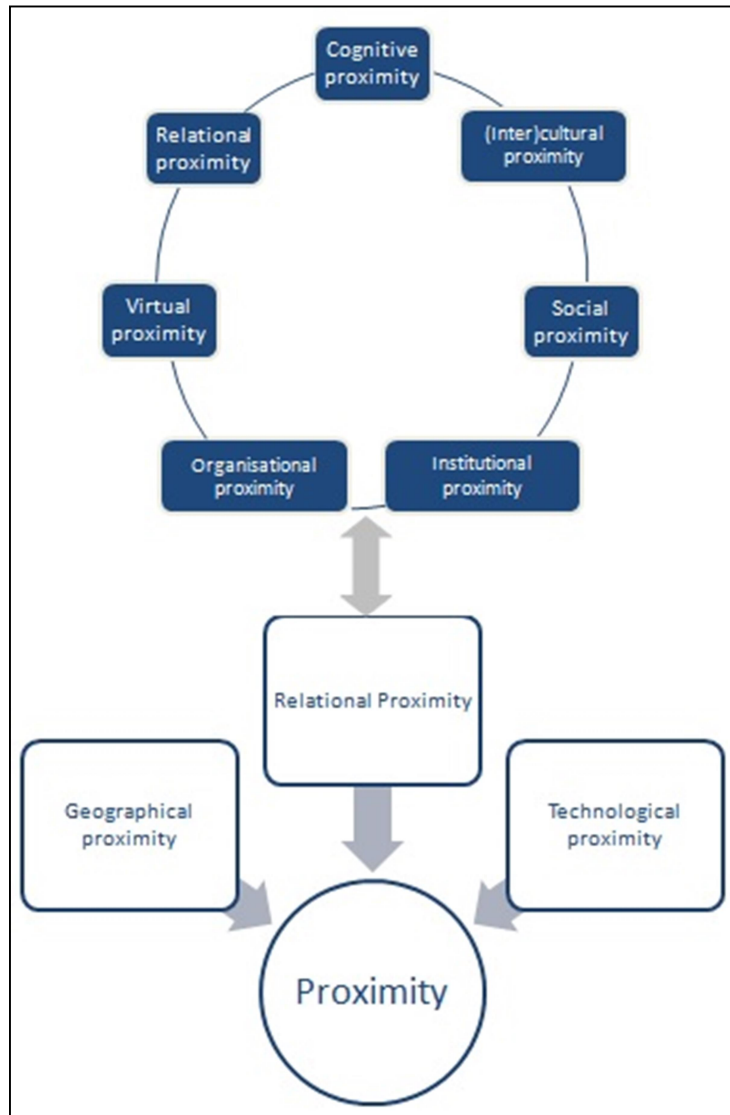
Geographical proximity	Organizational proximity	
	Strong	Weak
Strong	(1a) Local systems of innovation/production (clusters, agglomerations)	(3) Co-location without (direct) interaction (agglomerations, corridors with indirect effects in the forms of urbanization economies)
	(1b) Temporary co-localization (projects, meetings)	
Weak	(2) Non localized interaction (e.g. trans-local organizations, value chains)	(4) Activities in isolation, e.g. in rural-peripheral areas

Source: Lagendijk, A., Lorentzen, A. 2007. Proximity, Knowledge and Innovation in Peripheral Regions. On the Intersection between Geographical and Organizational Proximity. *European Planning Studies*. vol. 15, is. 4, 457–466. p. 461.

Knoeben and Oerlemans (2006) synthesize previous studies regarding proximity dimensions and try to eliminate the overlaps between these categories. Based on their analysis, they finally define three dimensions, geographical, organizational and technological proximities. Technological proximity expresses the common technological experience and knowledge of organizations and can be measured by patent data and citations (Kabo et al. 2014, Liu 2013).

Cultural proximity means the similarity of cultures, the more similar are the cultures, the smaller the perceived distance is between them (Maletzke 1996, 33) and the easier they understand each other.

Figure 1 shows the three main dimensions of proximity – geographical, relational and technological – where relational proximity contains all the dimensions defined in the previously introduced literature. Geographical proximity can be objectively measured, technological proximity can also be expressed by the number of patents and/or patent citations, while relational proximity contains soft elements with no exact measurement. The author prefers the term relational proximity since it refers to the relational aspect of this dimension and focuses not only the organizational factors but also on cultural or social ones.



1. Figure. Dimensions of proximity

Source: Own edited (2016) based on the sources in this chapter

Relational proximity is complex and contains many soft factors such as organizational and national culture, trust, shared values and perceptions. It is important to use the adequate terms with appropriately defined meaning based on the strategy and main aim of the certain research.

Materials and methods

The empirical research was implemented in 2013 in the Western Transdanubian Region of Hungary; the aim of the project was to study the internal and external communication of companies in this region. The findings of the research carried out by questionnaires were published (Ablonczyné Mihályka et al. 2014, Tompos, Ablonczyné Mihályka 2015, Tompos et al. 2014), however the author will highlight only a part of the results and from a new perspective. The external communication of companies and the used communication genres will be introduced in the context of geographical proximity.

The following hypotheses are defined:

H1: Geographical proximity has an important impact on the communication between companies.

H2: Geographical proximity plays a periodical role in the inter-organizational communication.

The most important criteria to be a sample company was the geographical demarcation by the region, however, the size and finances of companies were not selection criteria. The quota sampling was used as a sampling technique where the rate of companies functioning in different industries in the Western Transdanubian Region based on data of the Central Statistical Office (2011) – see table 3.

3. Table. Attributes of the sample

Industry	Total Transdanubian (CSO, 2011, %)	Western Region	Final sample in the Western Transdanubian Region (2013, %)
Services	75.70%		68%
Industry	8.40%		25.20%
Agriculture	4.60%		3.20%
			No data: 3.6%

Source: Own edited (2016) based on the data of CSO (2011) and research (2013)

The final sample consists of 250 companies within the region; SPSS 22.0 statistical program was used to analyze the sample. The representatives of companies in the sample were asked to fill in a questionnaire which has several parts regarding organizational communication, such as negotiation techniques and skills, foreign language use, communication genres both in internal and external communication. The author will focus only on the used communication genres in the external communication of companies.

Table 4 illustrates the used communication genres in the external communication of companies with the categories of verbal and written types.

4. Table. Communication genres in the external communication of companies

Verbal	Written
Phone calls (N=205)	Letters, e-mails (N=228)
Attendance on conferences (N=140)	Filling in blanks (N=117)
Negotiation with buyers (N=127)	Contracts (N=113)
Negotiation with business partners (N=109)	Scientific publications (N=59)
Presentations (N=106)	Tenders (N=46)

Source: Own edited (2016)

Factor analysis was used to reduce data regarding communication genres, where special area-related genres (e.g. HR management) were excluded. Finally, 3 factors were defined:

- Factor 1: Communication between companies (negotiation with buyers and with business partners, contracts)
- Factor 2: External communication of companies (not just with other companies) (scientific publications, conferences, presentations)
- Factor 3: Internal communication (internal talk, contact within the company)

The factor analysis is reliable, as the KMO-measurement is 0.732 with 0.000 significance. The three factors keep 47.901% of the original information thus it can be accepted. Letters, e-mails, and phone calls are the members of all the three factors since they are used both, in the internal and external communication.

The two most commonly used communication genres are letters (traditional and e-mail forms) and phone calls which suggest that the exclusive role of geographical proximity is questionable. Parallel with the development of info communication techniques and tools, companies do not necessarily need physical contact, i.e. geographical proximity to build and/or contain relation with other companies. Therefore, the face-to-face meetings and geographical proximity as a whole do not play important role in inter-organizational communication of companies. Hypothesis 1 should be refused, while hypothesis 2 should be accepted because personal meetings (e.g. on conferences or on face-to-face negotiations, meetings) should be held periodically to maintain and/or to develop relationships.

Finally, a Two-step cluster analysis was used to categorize the companies of the sample regarding communication genres (categorical variable) and the size of the companies (metric scale variable). Based on the analysis, two clusters can be identified as taking into account the complexity and usage of different communication genres.

The first cluster consists of 150 companies (67.1% of the whole sample) where only three genres are dominant – internal talk (its importance is 56%), usage of phone (importance is 75.3%) and letters/e-mails (importance is 90%). These companies prefer the traditional communication genres and put a high emphasis on the internal communication, as well. The second cluster contains 93 companies (38.3% of the total sample) of which communication spectrum are more complex. These companies use all the listed communication genres except scientific publications. Therefore, it can be stated that the size of a company influences the complexity of the used communication genres, both in internal and external communication.

Conclusion

Today, companies are related to each other in many different ways – as strategic alliances, supply chains or clusters – thus, communicate continuously. The aim of this study was to analyze the external communication of companies, i.e. communication between them and regarding this, the author explored the role of geographical proximity. Proximity is more than simply a term used for physical closeness; however it has a more complex meaning.

The study gave a short theoretical overview of organizational communication and proximity and proximity dimensions. Although different dimensions of proximity are introduced in the first chapter, the author has focused on geographical proximity in the empirical research because of data given.

The materials and method part of the article highlighted the empirical research conducted in 2013 in the Western Transdanubian Region of Hungary. The author put focus on the external corporate communication and the results were examined in the aspect of geographical proximity.

Taking a look at the communication types and genres used by companies, we can see that the verbal communication (phoning) is the primary communication types overall the sample; however, writing letters and e-mails are also relevant as written communicational channels and genres. These communication genres are traditional and are ensured by every enterprise around the globe. The number of used communication genres by the sample companies is limited; the size of the company has an impact on the range of used communication genres. The bigger the company is, the more types of communication genres are used. It was manifested by the Two-step cluster analysis of the sample companies.

If taking into account the role of geographical proximity, it can be stated that geographical proximity is not exclusive in the inter-organizational communication, i.e. companies can communicate with each other in great distances as well. On the other hand, it was also examined when geographical proximity plays important role. Based on the time factor physical proximity of the two parties is essential periodically – personal, face-to-face meetings are relevant not permanently but in a periodical way, e.g. on conferences or personal negotiations.

Regarding the limitations of the paper and future research plans, the author suggests that in further studies it should be further studied what other factors, i.e. other proximity dimensions influence the relations and communication between companies; it could give a more complex overview of inter-organizational communication. The findings of the introduced research are therefore limited to the impact of geographical proximity, though the study gives relevant insight of that. The other dimensions of proximity should be studied in more detailed empirical research.

Bibliography

Ablonczyné Mihályka, L. *Gazdaság és nyelv*. Lexikográfiai Kiadó, Pécs. 2006. ISBN 963-06-1613-0

Ablonczyné Mihályka, L. *Gazdaság és nyelvhasználat*. In: Dobos, Cs. (ed.) *Szaknyelvi kommunikáció*. Miskolc-Budapest: Miskolci Egyetem – Tinta Könyvkiadó. 2010. 243–256. pp. ISBN 978-963-9902-49-7

Ablonczyné Mihályka, L. Tompos, A. Kecskés, P. *Munkahelyi nyelvhasználat az Észak-Dunántúli Régió vállalatainál*. *Alkalmazott Nyelvészeti Közlemények*. Vol. 9/1; 9–17. pp. 2014. ISSN 1788-9979

Aguiléra, A. Lethiais, V. *Explaining the Relative Frequency of Face-to-face Meetings in Cooperative Relationships among Companies: An Econometric Analysis*. *Growth and Change*. Vol. 47/2; 218-235. pp. 2016. ISSN 0017-4815

Anchorena, J. Anjos, F. *Social Ties and Economic Development*. *Journal of Macroeconomics*. Vol. 45; 63–84. pp. 2015. ISSN 0164-0704

Autant-Bernard, C. Billand, P. Frachisse, D. Massard, N. *Social Distance Versus Spatial Distance in R&D Cooperation: Empirical Evidence from European Collaboration Choices in Micro and Nanotechnologies*. *Papers in Regional Science*. Vol. 86/3; 495–520. pp. 2007. ISSN 1435-5957

Bentlage, M. Wiese, A. Brandt, A. Thierstein, A. Witlox, F. *Revealing Relevant Proximities. Knowledge Networks in the Maritime Economy in a Spatial, Functional and Relational Perspective*. *Raumforschung und Raumordnung*. Vol. 72; 275–291. pp. 2014. ISSN 1869-4179

Bodnár I. *A vállalati kommunikáció tipikus nyelvi és stilisztikai formái*. *Alkalmazott Nyelvészeti Közlemények*, Miskolc. Vol. 7/1; 51–63. pp. 2012. ISSN 1788-9979

Borgulya Á. *A vállalati és az üzleti kommunikáció*. In: Borgulya Á. Somogyvári M. (ed.) *Kommunikáció az üzleti világban*. Budapest: Akadémiai Kiadó. 85–109. pp. 2007. ISBN 978-963-0585-34-7

Boschma, R. Proximity and Innovation: A Critical Assessment. *Regional Studies*. Vol. 39/1; 61–74. pp. 2005. ISSN 1360-0591

Bouba-Olga, O. Ferru, M. Does Geographic Proximity Still Matter? An Empirical Analysis of Two Long-Term Relational Databases. [online] 2012. Available on the internet: http://econpapers.repec.org/scripts/redir.pf?u=http%3A%2F%2Fhal.archives-ouvertes.fr%2Fdocs%2F00%2F72%2F52%2F18%2FPDF%2FOBOMF_0812-ang.pdf;h=repec:hal:wpaper:hal-00725073 [Downloaded 07. 05. 2016.]

Central Statistical Office. (Központi Statisztikai Hivatal) Interaktív térképek. [online] 2011. <http://www.ksh.hu/interaktiv/terkepek/mo/gazdsz.html?mapid=QVD001> [Downloaded 07. 07. 2016.]

Dettmann, A. von Proff, S. Brenner, T. Co-operation over Distance? The Spatial Dimension of Inter-Organizational Innovation Collaboration. *Journal of Evolutionary Economics*. Vol. 25; 729–753. pp. 2015. ISSN 1432-1386

Entrikin, N. J. Region and Regionalism. In: Agnew, J. A. Livingstone, D. N. (eds.) *The SAGE Handbook of Geographical Knowledge*. SAGE Publishing Ltd., London. 344–356. pp. 2011. ISBN 978-141-2910-81-1

Gallaud, D. Torre, A. Geographical Proximity and the Diffusion of Knowledge. In: Fuchs, G. Shapira, P. Koch, A. (eds.) *Rethinking Regional Innovation*. USA: Springer, 127–146. pp. 2004. ISBN 978-0-387-23001-6

Johnson, D. K. N. Siripong, N. Brown, A. S. The Demise of Distance? The Declining Role of Physical Proximity for Knowledge Transmission. *Growth and Change*. Vol. 37/1; 19–33. pp. 2006. ISSN 1468-2257

Kabo, F. W. Cotton-Nessler, N. Hwang, Y. Levenstein, M. C. Owen-Smith, J. Proximity Effects on the Dynamics and Outcomes of Scientific Collaborations. *Research Policy*. Vol. 43; 1469–1485. pp. 2014. ISSN 0048-7333

Knoben, J. Oerlemans, L. A.G. Proximity and Inter-organizational Collaboration: a Literature Review. *International Journal of Management Reviews*. Vol. 8/2; 71–89. pp. 2005. ISSN 1468-2370

Legendijk, A. Lorentzen, A. Proximity, Knowledge and Innovation in Peripheral Regions. On the Intersection between Geographical and Organizational Proximity. *European Planning Studies*. Vol. 15/4; 457–466. pp. 2007. ISSN 1469-5944

Letaifa, S. B. Rabeau, Y. Too Close to Collaborate? How Geographic Proximity Could Impede Entrepreneurship and Innovation. *Journal of Business Research*. Vol. 66; 2071–2078. pp. 2013. ISSN 0148-2963

Lin, T-Ch. Kung, S-F. Wang, H-Ch. Effects of Firm Size and Geographical Proximity on Different Models of Interaction between University and Firm: A Case Study. *Asia Pacific Management Review*. 1–10. pp. 2015. ISSN 1029-3132

Liu, W-H. The Role of Proximity to Universities for Corporate Patenting: Provincial Evidence From China. *The Annals of Regional Science*. Vol. 51; 273–308. pp. 2013. ISSN 1432-0592

Maletzke, G. *Interkulturelle Kommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag. 1996. ISBN 978-353-1128-17-7

Tompos, A. Ablonczyné Mihályka, L. Tárgyalási technikák az üzleti életben. *Tér-Gazdaság-Ember*. Vol. 3/3; 9–23. pp. 2015. ISSN 2064-1176

Tompos, A. Ablonczyné Mihályka, L. Kecskés, P. A survey on foreign language use in internal and external communication: the case of west Transdanubian companies. In: Tompos A. Ablonczyné Mihályka, L. (eds.) "A tudomány és a gyakorlat találkozása" Kautz Gyula Emlékkonferencia. Konferencia helye, ideje: Győr, Magyarország, 2014. 06. 17. Győr: Széchenyi István Egyetem, paper 39. 2014. ISBN 978-615-5391-33-0

Torre, A. Rallet, A. Proximity and Localization. *Regional Studies*. Vol. 39/1; 47–59. pp. 2005. ISSN 1360-0591

Torre, A. Wallet, F. The Role of Proximity Relations in Regional and Territorial Development Processes. Introduction. In: Torre, A. Wallet, F. *Regional Development and Proximity Relations*. New Horizons in Regional Science. Edward Elgar Publishing Ltd. Cheltenham, UK. Northampton, MA, USA. 1–44. pp. 2014. ISBN 978-178-1002-88-9

Authors' contact details – Petra Kecskés PhD hallgató, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar és Széchenyi István Egyetem, Egyetem tér 1. Győr Hungary, 9026, e-mail: kecskes.petra@sze.hu

CATALONIA'S STRIVING AFTER INDEPENDENCE³

Róbert Gyóri Szabó

Abstract

The aim of the present paper is to introduce Catalonia's striving after independence as well as the chance of secession. Firstly, the paper illustrates the antecedents of the desire for secession, namely the autonomy, and secondly, it deals with the conflicts over Catalan statute-reform. After that it puts the main emphasis on how and why Catalans started to desire for independence. The paper illustrates the chronology of this turn and analyses its reasons as well as its internal and international legal dimension, its Spanish and European policy dimensions, and finally it considers the chance of secession, namely the sovereign Catalan statehood. As a conclusion, the paper discusses the possible scenarios of Catalan secession.

Keywords

Catalonia. Independence. Secession. Self-determination. National identity.

Introduction

A lot of secessionist movements existed in the world during the two-hundred-year long history of nationalism, and more hundreds of them exist nowadays as well. However, only a part of them could reach their aims. The theoretical literature of secession agrees that among the claimants of secession stateless nations have the highest potential for independence.⁴

The secessionism of stateless nations is a legitimate vision which has recently gathered ground among developed Western societies too, as the examples of Catalonia, Basque Country, Scotland, Flanders and Québec show.⁵ Catalans, Basques and Scots are nations that built on Europe's ancient ethnic group, have a long history and organised their modern nations in the 19th century. In times of nation states it wasn't possible for them to have independent statehoods, the territorial sovereignty of existing states proved to be stronger than them. This desire hasn't decreased by the 21st century, what's more, it has excessively strengthened, as they want to achieve what has already been achieved by many other European nations.

Catalan is Europe's largest nation without an independent state; its members mainly live in Catalonia which occupies 6,5% of Spain's territory, the number of its inhabitants is 7,5 million (15% of the Spanish population). Catalans have always differed markedly from the neighbouring people due to their language and cultural specialties. They consider themselves an independent nation; the main elements of their identity are language, culture, history and territory. Catalan identity, the desire for independence is excessively strong, and was further-strengthened by the spanishization efforts of dictatorial eras.

For the most part Catalans have had own territory and government, full or partial sovereignty, self-determination or autonomy since the early Middle Ages. Catalonia had been independent for centuries, later it had a high degree of internal autonomy within Spain, but at the beginning of the 18th century it was forcibly assimilated to the centralized Spanish state.

³ The study was made by the research scholarship of Universitas-Győr Alapítvány and Campus Hungary.

⁴ Secession has more theoretical approaches: the nationalist, the public choice, the federalist and the just-cause theory. According to more authors secession theories have to two main groups: primary right theories and remedial right theories. Norman 2006, Hajlan 2014, Sorens 2012, Buchanan 1991

⁵ Québec is the example of negotiated secession; however, the province has not seceded from Canada yet. It is often referred to in Catalonia as well as the Supreme Court of Canada's decision related to this, which affirmed the right for external self-determination of the francophones of Québec in the presence of a democratically expressed will.

Therefore the spanishization of the territory and its Catalan inhabitants had started and lasted for two and a half centuries. The few years of the second Spanish Republic meant an exemption as between 1931 and 1939 Catalonia had territorial autonomy and full internal self-determination. The revenge of the recentralising and ultranationalist Franco-dictatorship was hard, since it has tried to wither the Catalan national identity consciousness with the most brutal assimilative means for decades. (Balcells 1996, Conversi 1997, McRoberts 2001, Dowling 2013, Harris 2014)

Catalans didn't give their identity up, but until recently the majority of them accepted that Catalonia is part of the Spanish state. Since the formation of the modern Catalan nation their efforts have aimed the extensive internal self-determination within Spain. During the democratisation after 1975 the wish for it was achieved in the form of territorial autonomy, thus the cultivation of Catalan national culture became unimpeded. Most of the Catalans were satisfied with the status obtained and they tried to extend the scopes of authority, while only a minority of them demanded full independence.

All of this changed radically a couple of years ago. The rate of Catalans demanding secession more than doubled, and founding of an independent state has become the most popular option, therefore the group of supporters of status quo (the autonomy) has shrunk. The radicalisation of the society affected the political life as well, thus the long-time stable Catalan party system changed and the moderately nationalist and autonomist parties turned to secession as well. The present paper illustrates the chronology of this turn and analyses its reasons as well as its internal and international legal dimension, its Spanish and European policy dimensions, and finally considers the chance of secession, namely the sovereign Catalan statehood.

Materials and methods

Antecedents: Catalan autonomy from democratic transition to the millennium

The death of Franco initiated the non-violent transition from dictatorship to democracy. In 1978 the democratic Spanish constitution entered into force. It recognised the ethnic, linguistic, cultural diversity of the country, declared Catalan as historical nationality (Basque, Galician as well), regionalised the so-far centralised country by dividing it into 17 autonomous communities.

The test of the transition was whether the Basque/Catalan internal self-determination became constitutionally possible. The constitution was the culmination of the democratic process and of breaking with the past, established a basis for the consolidation of democracy. Nevertheless, it was a temporary compromise in a confused and uncertain situation (the threat of dictatorship and restoration still existed). It partly placed the relationship between Spaniards and minorities on new basis by territorial autonomies. However, a contradictory solution was found in the issue of nations-nationalities: it just semi-degraded the nation state, the system of autonomous communities didn't settle the demands of Basque/Catalan nations.

Article 2 of the constitution simultaneously declares the indivisible unit of the Spanish nation state (the only bearer of sovereignty is the Spanish nation which includes all citizens) and ensures the autonomy of nationalities and regions, although nationalities are parts of Spanish nation and they are not sovereign communities. The constitution reckoned Basques and Catalans as nationalities in spite of their obvious national being by dividing them into the Spanish nation. The two different conceptions, the alloying of unity and autonomies established a hybrid state, a regionalised country having centralising nation-state patterns with the political autonomy of its territories. This hybrid state is rather close to the nation state version, since it actually created the national unity and the autonomy of the regions by regionalising its whole territory (based on the 'café por todos' principle it artificially established a few, so-far non-existing regions), while Basques/Catalans wanted to reach the unity of the state and the autonomy of the nations. Modern Spain has almost always been a nation state-building nationalist, since the state was used as the means of Spanish dominance, and it didn't change in

democracy, because the equality of nationalities wasn't realised. (Caminal 2012, Viver 2010, Sobrequés 2007: 127-130, Guibernau 2004: 72-76)

The law establishing Catalan autonomy came into force in 1979 – after the Catalan referendum. The statute regulates the life of Catalan autonomous community, and within the frames of internal self-determination the political power is exercised by Generalitat consisting of three institutions (legislative assembly, government, and president with extensive scope of powers). The central state remained responsible for managing strategic tasks affecting the whole country (foreign relations, national defence, legal system, justice, taxation, financial affairs). Catalans acquired partial internal autonomy in the forms of shared (e.g. economy, trade, media) and exclusive (local issues of economy, agriculture, science, culture, education, language policy, health care, police, tourism, sport) scopes of authority. (Viver 2010, Guibernau 2004: 76-79)

The basis for preserving Catalan nationality is Catalan language. The two official and equal languages of Catalonia are Catalan and Castilian. The language of public administration and public life is basically Catalan. In public education Catalan gradually became the language of teaching and with this they reached students' bilingualism which is independent from mother tongue. Since it was exposed to permanent immigration wave due to its favourable economic situation compared to the country average, half of the current residents of Catalonia were born elsewhere and speak Castilian as mother tongue, while Spaniards learn Catalan at school. Thanks to autonomy, Catalan language and culture looked up. (Balcells 1996: 188-191, Conversi 1997: 208-216, McRoberts 2001: 122-150, Bel 2013: 125-150)

In the autonomous Catalonia the party system was determined by Catalan national forces right from the beginning. Until recently Catalanism has meant the achievement of as great political autonomy as possible for most of the Catalan parties in Spain. The main direction of Catalanism was represented by the moderate Convergence Union (CiU) which had been the strongest governing party of Catalonia for decades. Its leader, Jordi Pujol as the president of Generalitat between 1980 and 2003 wanted to achieve the national and cultural independence of Catalonia within the Spanish state. The party represented that Catalan and Spanish interests are reconcilable in a consociational democracy, where communities having powerful internal self-determination govern together. In the 1990s this approach seemed to be operable, because Catalan national parties played significant role in Spanish political life as well, since their support was needed for the Spanish Socialist Workers' Party (PSOE) as well as for the People's Party (PP) to form a government in Madrid. (Marcet 1998: 73-79, Guibernau 2004: 79-151, McRoberts 2001: 75-78, Dowling 2013: 137-140)

With the establishment of its autonomy Catalonia was able to take more advantage of its favourable economic aptitude. Due to the Spanish entry into the European integration and the fact that one third of foreign investments coming into the country realised here, the Catalan economy boomed. Catalonia is one of the richest regions of the state, but its development advantage has been shrinking. 20% of Spanish gross national product (GNP) is provided by Catalonia, and almost a quarter of Spanish state's income derives from here.

Conflicts over Catalan statute-reform (Caminal 2012: 346-348, Lluch 2013: 270-278, Harris 2014: 263-271, Dowling 2013: 155-158)

Since Millennium there have been serious debates about the rights of autonomous communities all over the country. The People's Party, which has been governing alone since 2000 and enforcing its centralising intentions more freely, rejected the needs of Catalonia and Basque Country for more scopes of authority, which induced serious dissatisfaction in both places. Catalonia's determinative Catalanist parties decided to elaborate a new autonomy-statute. They wanted to extend autonomy in both symbolic and practical questions so that Catalan municipality could be a real political decision-maker, and their other aim was to make Catalan national community recognised.

In 2004 socialists surprisingly won parliamentary elections, but they couldn't have formed government without the support of regional parties, thus the regime change provided a new opportunity for Catalans. After the prime minister, Zapatero had promised to support the reform efforts of Catalans, the parliament of Catalonia (together with the left-wing governing parties and CiU in opposition) voted for a new autonomy statute providing much wider scopes of autonomy in the fall of 2005. The new 'Estatut' had several new elements.

- They recorded the 'national' status of Catalonia and Catalans as well as its right to full self-governance and self-determination. They justified the *raison d'être* of the expression with their history, language and culture; the preamble detailed long and in historical context the national identity of Catalonia's inhabitants.
- As for concrete scopes of autonomy, it demanded wide financial, taxation and jurisdictional independence, and it further strengthened the role and use of Catalan language. Financial independence was intended to inhibit the Spanish state from immeasurably exhausting the goods produced here. It would pay much less to the common pot compared to previous level, which doesn't decrease its position among regions with regard to per capita income. Half of the different taxes would remain in Catalonia, and taxes wouldn't be collected by the state, but the Catalan tax office.

The representatives of Catalan parties submitted the statute to the Spanish parliament for confirmation in November. They highlighted that Catalan nation considers Spain their home, however it has to overstep its obsolete and nationalist approach that one state = one nation, which ignores the ethnic composition of a country.

The statute induced the biggest debate of Spain existing since 1978, as it elicited serious outrage among Spaniards. People's Party protested vehemently, it launched an aggressive attack against Catalans through the predominantly right-wing Spanish media, it caused hysteria among Spanish public opinion, announced a boycott of Catalan products, organised demonstrations.

The ruling PSOE was willing to accept the statute but with significant modifications, the attenuation of its content. Catalans accepted the cuts and they modified two thirds of the statute's articles, which shows their ability to compromise. However, the essence (the extension of scope of autonomy, fiscal autonomy, the declaration of nation) remained intact.

In the spring of 2006 the Spanish legislation affirmed the modified draft which was voted for by the ruling socialists, the Catalan parties, the other left-wing parties and the parties of other nationalities (Basques, Galicians). Catalans were first recognised as a nation in the history of Spain, although according to the new constitution, they still remained a nationality of the country. The new statute was affirmed by the Spanish Senate as well, then it was confirmed by Catalonian citizens within the frames of a referendum (the participation was 49% and the ratio of support was 74%, while most of the Spanish 'immigrants' didn't vote). The increasing majority of Catalan society demanded the reform, since at that time 65% of them were dissatisfied with the previous level of autonomy.

PP didn't become reconciled to the multiply accepted legitimate statute and turned to the Constitutional Court referring to unconstitutionality. It mainly attacked the 'nation' title of Catalans, the compulsory knowledge of their language and their fiscal independence. According to the party, Catalans unilaterally liquidated the existing state model, and instead of autonomous communities they established an asymmetric confederation the beneficiary of which is Catalonia.

The Court made a decision four years later, in the summer of 2010. 14 key articles of the statute were found to be unconstitutional and another 27 important articles were reinterpreted in a narrower way. All relevant novelties were abolished with this, almost nothing remained.

- The declaration of Catalan 'nation' fell prey to these amendments, the expression 'nation' can only pertain to Spain, but not to a part of the community within the unified Spanish nation state. Thus the Court rejected the conception of multinational Spain.
- The Court didn't recognise either that Catalonia would have 'historic rights', thus fiscal independence didn't have assertion of a right, which means that the independent financial system remained a dream.
- It eliminated the new provisions of Catalan linguistic usage; inter alia the knowledge of Catalan cannot be a must in Catalonia. What's more, its role in education was also modified, because the Court ordered that teaching in Spanish has to be enabled as well in contrast to the current practice.
- The Court abolished the articles related to the expansion of scopes of autonomy and their decoupling from the central state as well as the Catalan jurisdictional scopes of powers and the expansion of Generalitat's scope of rights related to foreign affairs.

The decision practicably incapacitated a significant expansion of scopes of autonomies, thus it confirmed the status established after 1978. It turned out that the autonomous community system cannot be developed or further decentralised. The legitimacy of the decision of the Constitutional Court is equivocal, because it cannot be seen as an institution independent from politics as it was under the serious pressure and influence of the two main Spanish parties (especially the People's Party) having nation state approach.

The more moderate Catalan reform of autonomy failed the same way because of the resistance of the majority nation as the more radical Basque draft (demanding federal member state status for Basque Country) submitted that time did.

The flash of desire for independence

The Catalan society that was agitated due to the economic crisis of 2008 indignantly accepted the decision of the Constitutional Court. The first reaction was that a million people protested against the decision with the slogan 'We are a nation, we decide' in the streets of Barcelona. It was the time that lots of Catalans who imagined the future of Catalonia within the Spanish state as they rejected separatism became disenchanted. The reason for that was they saw the proof of rigid nationalism of the majority nation in the fate of the statute. Among them we can also find Jordi Pujol who admitted that it proved to be an illusion what he as a leading politician had sought after for two decades, thus there is no chance of a plural multinational Spain.

The election in the fall of 2010 was won by CiU as usual, but that time it could form a government after having spent two periods in opposition. The new president of Generalitat, Artur Mas focused on the conclusion of fiscal pact from the rejected Catalan demands to overcome the economic crisis, but he couldn't find a partner in the Spanish government led by PP.

By 2011 secession suddenly had become the desire of the majority of Catalans. Secessionist political powers were traditionally the minority of Catalan nationalists and since the end of the 1980s their aim had been to achieve the territorial independence of Catalonia within Europe, which they wanted to achieve in a definitely peaceful and democratic way. (Catalan politics is pacifist; in contrast to Basque Country they unanimously reject violent means.) This approach was mainly represented by the Republican Left of Catalonia (ERC) founded in 1931, and it usually reached 7-10% in Catalan elections. (Lluch 2013: 73-92, Marcet 1998: 79-84, Guibernau 2004: 82-94, Dowling 2013: 134-148)

The demand of separation was first presented by mass demonstrations (with the participation of millions) and civil organisations, and then the majority of determining Catalanist parties (e.g. CiU for the first time in its history) as well as the Generalitat. As a result of Diada (the largest Catalan national holiday on 11 September) in 2012 where one and a half million people participated and openly demanded independence, Artur Mas, open towards secession, having perceived that the political atmosphere basically changed in Catalonia

dissolved parliament and he announced early elections which he thematised with the issue of announcing referendum about independence to receive an unequivocal entitlement from electors to start separation process.

In elections the majority of Catalonia's inhabitants (58%) voted for parties supporting referendum about separation and the 'right for decision' of Catalan nation. Not all of these parties propagated secession openly, that's why it can't be stated that the majority of Catalans had already been supporters of separation. CiU retained its first place and its governmental position, but it lost votes and mandates as well, while ERC (14%) that is more radical in the issue of secession improved much on its previous results. Voters didn't forsake CiU because of its secessionist turn, but because pro-independence ERC seemed more authentic and characteristic for more people. The new parliament started its work by accepting the declaration containing the sovereignty and the right for decision of Catalonia's population.

Madrid assumed that Catalan desire for independence was stirred up by Catalan politicians following their own interests. However, its opposite is true since the strengthening demand for independence of the society affected politics and pushed CiU towards the support of secession, otherwise radicalizing voters would back out of the party even more.

Opinion polls and the results of elections prove the growing of pro-independence group after 2010. Previously, their proportion within the total population solidly fluctuated around 15-20%, while after the economic crisis and the statute-reform the rate of supporters of secession was close to 50% in 2013. The devotees of autonomy which was the most popular option for decades ebbed away, its previous rate of 40-50% dwindled to fewer than half (mainly Spanish-speaking settlers and their descendants support it). The rate of those who demand a kind of intermediate variation, the federal member state is stable around 20%. If they only had to take a stand on the pros and cons of the issue of independence, the supporters of secession were even more, in 2012 their rate exceeded 50% and in the following years it formed the majority's view with a few percent, while the rate of rejecters dropped to 20% in the meantime, and more people remained uncertain. (Liñeira 2013, Lluç 2013: 278, Bel 2013: 55-56, Civit i Carbonell 2013)

1. Table. What should be the status of Catalonia? The answers of Catalonia's residents 2006-2013

%	Independent state	A state within federal Spain	Autonomous community	Region (without political autonomy)	No answer, other
2006	15,9	32,8	40,0	6,8	4,5
2007	17,3	33,8	37,8	5,1	6,0
2008	17,4	31,8	38,3	7,1	5,4
2009	21,6	29,9	37,0	5,9	5,6
2010	25,2	30,9	34,7	5,9	3,4
2011	28,2	30,4	30,3	5,7	5,4
2012	44,3	25,5	19,1	4,0	7,1
2013	46,4	22,4	20,7	4,4	6,1

Source: Lluç 2013: 278, Bel 2013: 55

2. Table. The support of independence on a hypothetic referendum 2011-2013

%	Support	Reject	Wouldn't vote	Don't know /no answer
June 2011	42,9	28,2	23,3	5,6
June 2012	51,1	21,1	21,1	6,7
October 2012	57,0	20,5	14,3	8,2

June 2013	55,6	23,4	15,3	5,7
-----------	------	------	------	-----

Source: Bel 2013: 26, 56, Lluch 2013: 279

The reasons for desire for independence

The desire for secession derives from more factors but is driven by two main components. One of them is neglecting the key elements of Catalan identity: the Spaniards didn't provide equality of rights to Catalans, they denied recognising Catalans as a nation. The other reason is the economic factor which became more markable as a result of the economic crisis of 2008 and which means that the autonomy of Catalans in financial matters is little as the central state draws off a disproportionate amount of value from Catalonia and the state is not willing to change it.

The violation of Catalan national identity, the denial of their national status

(Viver 2010, Bel 2013, Castro 2013, Strubell 2011, Segura 2013)

The bases of Catalan demand for independence are the independent national sentiment, the existence and the consciousness of the independent Catalan nation. Catalans consider themselves a separate national group and so do the Spaniards since the national separation of 'us' and 'them' exists clearly and mutually.

There isn't an accepted definition of nation in international law so far, and neither in academic life. However, it almost doesn't matter which definition attempt is taken as a basis, Catalans meet the needs of all listed national criteria. They had had independent statehood for a long time, they have own history and historical consciousness, they are characterised by own language and blooming culture, they have strong and classical national identity and in Catalonia they form a cultural and political community consisting of more millions of people. Nevertheless, the existence of Catalan nation has never been recognised constitutionally by Spaniards, thus Catalans have just the nationality status.

This national identity, the national being of Catalonia was ascertained in the second autonomy statute, the Constitutional Court veto of which truly made Catalonia indignant. After the constitutionally reasoned decision (the constitution of 1978 recorded: in Spain only and exclusively one nation, the Spanish exists), a range of Catalans who supported Spanish-Catalan joint statehood until that time broke with Spain. They found out unequivocally that Spaniards considered themselves superior, thus in the Spanish state they can only be second class citizens whose destiny isn't decided by themselves but by the elite of a foreign nation. The decision of the CC reflected the centuries-old nation state thinking of Spanish nation and its political elite. In the delicate, unique historical situation after the fall of Franco-regime the Spanish were willing to make some certain concessions for the sake of peaceful democratisation, but among them the concept of political nation still prevails, so they only recognise the existence and the sovereignty of the Spanish state, thus the coequality of local identities takes place only in regional levels. The Catalans accepted this construction as a compromise to strengthen the new fragile democracy, partial self-determination and the possibility of preserving the language and the culture meant a huge step forward after the period of assimilation of dictatorships.

As it turned out, in the compelling historical moment the Spaniards reached the limit of their ability to compromise, after the consolidation of democracy they didn't want to change the evolved constitutional settlement, this attitude may be challenged maximum by a new serious crisis, and the crisis of 2008 didn't prove to be such one. Catalans considered it as a temporary solution, and after autonomy had been established, they wanted to move further based on the system's operation experiences. The Spanish nation state aspect resisted Catalan efforts, thus Catalans, who are waiting for being acknowledged as a state of equal rank, don't feel themselves well in the Spanish state, and that is one of the main reasons behind secession demand.

National status is not only a symbolic element: two recognised nations would exist within the country, so Catalans and Spaniards would be of equal rank based on the principle of

equal rights of nations, thus Spain would lose the rest of its nation state character. Being recognised as a nation by the Spanish national law, Catalonia would have the right of self-determination which would include the right of independent statehood. Therefore the negative reaction fearing the Spanish nation state and the territory of the country is comprehensible, but in times of the second statute the majority of the Catalans were loyal to the Spanish state and they didn't even think about using national status as a base for secession, however, it may have changed in the future. It's ironic that it was exactly the rejection of Madrid that evoked the Catalan reaction the Spaniards were afraid of the most. Yet, they considered well from their own viewpoint, since the lack of national status decreases the legal basics of Catalan efforts, so protecting nation state constitution the last ditch is absolutely rational for them.

Due to being afraid of external self-determination right, the Spanish people bar themselves from federalist aspirations too, since if Catalonia or Basque Country was a federalist state, it could secede from the federal state more legally. However, secession clause is not necessarily included in the constitutions of federal states, as not all of them include explicitly the secession right of member states. (Norman 2006: 177-179)

Economic reasons (Bel 2013: 151-226, Catalonia 2013: 90-96, Segura 2013, Viver 2010: 17-19)

The first Catalan autonomy-statute did not provide much autonomy regarding financial and economic issues, thus Catalonia remained under the supremacy of Madrid in this regard. Financial autonomy materializes only on the expenditure side, while on liability side it depends on central state. This means a complete subjection in tax issues since Madrid collects and reallocates all taxes, the community's own right to collect tax, its revenues are inconsiderable. On the other hand, based on the principle of territorial solidarity Catalonia which is a developed region of the country pays far more into the central budget than it receives from it.

Although Catalans have always accepted the net contributor status, they have argued its measure from the beginning and have tried to reach economic autonomy. It's hard to exactly assess what portion of Catalan GDP is withdrawn by Madrid, since the Spanish state didn't publish data regarding this for decades. According to Catalans, they pay 8% of their GDP annually into the central budget, which is an extremely high rate compared to the solidarity payments of other countries' developed regions. Spanish economists talk about less payment, so if we see the mean of the two approximations, the rate around 6% is still extremely high. The two other victims of regional settlement system are the two other Catalan-speaking regions, Valencia and the Balearic Islands. The national income redistribution shows favour toward Hispanic regions, while the three communities with Catalan characteristics are discriminated.

It's noteworthy that a recurring nightmare of Spanish nationalists is the alliance of Catalan-speaking regions, so the constitution prohibits any union or strong collaboration of autonomous communities and they commit everything to diminish the number of Catalan-speakers living in the neighbourhood of Catalonia as well as to strengthen their Spanish national or local regional identity, while weakening the Catalan one. (Bel 2013: 79-80)

3. Table. Regional redistribution, 2005 (a typical year)

	GDP per capita (Spanish average=100)	Fiscal balance (million euro)	Fiscal balance (% of GDP)
Madrid	130	-9.250	-5,8
Basque County	128	-668	-1,2
Navarra	126	-454	-3,0
Catalonia	118	-14.799	-8,7
Balearic Islands	111	-3.163	-14,1
Rioja	107	42	0,6

Aragon	107	509	1,8
Cantabria	98	577	5,1
Castile – León	94	3,717	7,6
Valencia	91	-5.611	-6,4
Canaries	91	672	1,8
Asturias	88	2.776	14,3
Murcia	85	-500	-2,1
Galicia	82	3.815	8,2
Castile – La Mancha	80	1.102	3,5
Andalusia	78	5.805	4,6
Extremadura	68	2.717	17,9

Source: Bel 2013: 173

From a financial viewpoint Catalan dissatisfaction was further intensified by the Spanish state that had paid disproportionately less attention to Catalonia regarding infrastructural investments (motorway building, railway modernisation, seaport and airport development) for decades except for the years before the Olympic Games in Barcelona, which means that it practically underdeveloped and discriminated the region that received an average of 10-12% of total public investments. On the whole, Catalans received 60 cent from each euro paid by them as tax. Until a minor reform of fiscal system in 2009 the funding of Catalonia was lower than the national average, which means that the citizens of Catalonia received less state money than the inhabitants of Spain on the average.

4. Table. The level of funding for Catalonia compared to country's average
(average per regions=100, per capita)

002	003	004	005	006	007	008	009	010	011
6,9	6,1	6,1	5,2	4,4	4,0	6,2	03,6	00,0	00,1

Source: Bel 2013: 157

At the end of 1970s Basque Country and Navarra reached what Catalonia didn't: they received financial autonomy, thus they are not parts of the regional settlement system and as being regions with developed economy they are not afflicted by central withdrawals. Consequently, there are two types of funding systems of a region in Spain: the 'normal' system is valid for 15 regions, while Basques reached a special treatment. They derived it from historical prerogatives, but it is much more probable that the Spanish fear of ETA is in the background. The total neglect of the two main Basque demands may have inflicted wave of violence, so it was well advised to provide either national status or fiscal autonomy (Catalans, who have only applied peaceful means since the tragic memories of civil war, have never meant such a threat). Obviously, it was of importance as well that the economic independence of Basque territories having much smaller size and population compared to Catalonia was less loss for Madrid than it would pass up the confiscation of some material essentials produced by Catalans. Since then Basques have managed independently their own economic and financial issues, they collect taxes and pay a minimal amount to the central budget (the costs of tasks performed locally by the state), which means a low net contribution on the whole. It is not a coincidence that by now the Basque economy has outpaced the Catalan one and that Navarra and Basque Country are the two richest territories of the country besides the Spanish capital that was developed artificially based on central will.

The Catalan economic growth lasted until the millennium obscured the negative effects of economic and financial defencelessness, and it was a spectacular development in spite of the

withdrawals of such degree. In the new millennium the growth slowed down, and the economic crisis completely queried the system from a Catalan viewpoint as the significant value withdrawal became salient in case of stagnation. All in all, during four decades Catalonia suffered relative decline within the country, and although it is still much more developed than the country's average, even the underperforming Southern regions made up a lot from their lost ground compared to Catalonia.

Economic defencelessness to the Spanish state and the degree of withdrawals has always bothered Catalans, that's why the establishment of financial independence similar to Basque one was drafted in the second statute. However, the central state rejected this modification as well; what's more, it did so in the middle of the economic crisis, which made the Catalans extremely upset like when their national status had been rejected.

The simultaneous and unfortunately timed (economic crisis) rejection of both of their basic demands caused that the Catalan demand for secession that had been marginal for decades suddenly became a strong and persistent desire of the majority.

Referendum, consultation, peak year of election⁶

On 11 September 2013 one and a half million people formed 400 km of human chain in the territory of Catalonia to support independence and the referendum on it. Due to the desire for secession, the president of Catalonia decided to set the referendum on secession by November 2014. Besides parties, civil organisations and an increasing number of Catalan celebrities too supported independence or at least the referendum on it. However, the central state destined for the affirmation of the referendum (with the absolute agreement of the two main national parties) impeded it with the help of Constitutional Court referring to unconstitutionality.

Catalonia paid intense attention to the issue of Scottish independence referendum in September 2014. Secessionist Catalans hoped that Scottish secession would have eased their issue, thus they were disappointed due to the undesirable results of the Scottish referendum.

Despite the firm countenance of the Spanish government, the determined Generalitat only partly backed down, as finally it ascertained the opinion of the inhabitants by means of an unofficial alternative referendum, a consultation by considering legal constraint limits. The Catalan government apparatus couldn't take part in the consultation as it took place as a citizens' initiative. With the participation of 42%, 80% of the voters (1.9 million people) voted for independent statehood, but most of Hispanic people didn't vote. The results are contradictory; both the supporters and the opponents of independence could have interpreted it according to their own needs. Catalan nationalists evaluated the results as a victory. The Spanish government considered it as the violation of the constitution and a political fiasco due to the low participation rate, the silent majority voted against independence by non-attendance. (Beer 2014, Vilanova 2014)

After that the political situation remained confused. The 'referendum' showed that although Catalans want to vote regarding this issue, they are divided, there isn't a convincing majority of secession. Half of the population, the vast majority of those having Catalan national identity still consistently stand for secession from Spain, whereas the other half of the population, almost all of those having Spanish identity and living here oppose secession.

Surveys also indicated the polarisation of Catalan society. The support of pro-independence parties didn't change much on the whole, but individually so much the more, the group radicalised. The support of more moderate CiU didn't decrease after referendum (its loss of popularity took place in 2013, since then it has stagnated), however, that of ERC fell back after one and a half years of glory. In 2015 the two of them together wouldn't have the absolute majority in Catalan parliament partly due to their rivalry for the leading position of

⁶ <http://catalanassembly.org/en/>, <http://catalunyaindependencia.blog.hu/>, <http://english.vilaweb.cat>

pro-independence side. The relevance of the radically pro-independence and anti-elitist CUP significantly increased. The supporters of centralised state also increased (mainly at the expense of decentralist, anti-secessionist local socialist party, PSC), but PP lost one third of its supporters, while the even more dedicated followers of Madrid, the Ciutadans (briefly C's) significantly increased its popularity. The support of other parties like the new nationwide protest movement, the Podemos remained low.⁷

President Mas had three opportunities: to convince the Spanish government to enable official referendum; to call early regional elections; to wait for the normal time of regional elections. He chose the second option, which was a rational and logical step as it seemed that Madrid wouldn't be reconciled to a legal referendum on this issue, thus the only chance of Catalans could be such a regional election that was undoubtedly about secession and as a result of which the forces of secession gain overwhelming support.

From the spring of 2015 the events have got boost. Catalonia was about to face six months of elections: there were municipal elections, then in autumn early regional elections and in December national elections took place. Mainly these last two elections may have affected the political frames of the near future. These elections were dominated by strong nationalist discourse and appealing to national emotions in both Spanish and Catalan sides.

Pro-independence parties did well in local government elections, but there was no major breakthrough. The supporters of sovereignty gained 51%, unionists obtained 36,5% and federalists 12,5%, thus secessionists barely obtained the support of the absolute majority.⁸

The early Catalan parliamentary elections took place in 27 September. According to the interpretation of pro-independence parties, elections were solely about independence and it was unequivocally recorded that if they won, Catalan voters would vote for independent statehood, therefore they would immediately start the process of secession, they would accept the Catalan constitution during one and a half years and they would proclaim the sovereign and independent Catalonia. The two determining secessionist parties, the governing CDC (Democratic Convergence of Catalonia) and the more radical ERC gave up rivalry and this time they cooperated and established a joint electoral list under the name of 'Together for Yes' (Junts pel Sí). (The strong party alliance that had existed since democratisation, the duo of CDC and the less determined UDC regarding the issue of independence split up before the elections, thus CiU ceased to exist.) The Spanish government and all the anti-secessionist parties debated this interpretation: only regular normal regional elections are organised in Catalonia, which only determines the composition of Catalan parliament and government. None of the autonomous communities are entitled to organise referendum on secession and none of the regions can secede unilaterally from the country.⁹

Pro-independence parties won the elections with a record participation of 77%, but their results weren't completely convincing. Of course, a big breakthrough couldn't have been hoped for due to the ethnic composition of Catalonia (at least one third is Hispanic, so the supporters of secession may reach a majority of 55-60% at best, but even this is unlikely.) Junts pel Sí performed in the lead by obtaining 40% of votes and getting 62 from 135 mandates, together with the other smaller pro-independence party (CUP) they possess the majority of electoral mandates. Nevertheless, the majority of the votes (52%) were obtained by parties not necessarily supporting secession, and among them the anti-secessionist Ciutadans finished second by achieving the best result in its history (18%).

The results clearly reflected that Catalonian society was further polarised based on the issue of secession, and only those parties that were campaigning with either a definite 'yes' or

⁷ The 4 March 2015 issue of El Periodico introduced the survey of GESOP from February.

⁸ <http://english.vilaweb.cat/politics/support-for-the-independentist-parties-in-catalonia-municipality-by-municipality>

⁹ <http://www.elmundo.es/cataluna/2015/09/21/55ff071d22601d70588b458f.html>

‘no’ were able to achieve success. Both groups interpreted the results in accordance with their own interests. Based on the obtained mandates pro-independence political forces proclaimed the victory of the independence option. However the majority of Catalans rejected secession, and the central government interpreted the results as the failure of independence.

The issue of independence has still been full of uncertainty. Opinion polls also reflect the dividedness of Catalonia, as the vast majority of its residents unwaveringly support a referendum on independence, but the issue itself divides them roughly half and half.

5. Table. What should be the status of Catalonia? The answers of Catalonia’s residents 2013-2015

%	Independent state	A state within federal Spain	Autonomous community	Region (without political autonomy)	No answer, other
Nov. 2013	48,5	21,3	18,6	5,4	6,2
March 2014	45,2	20,0	23,3	2,6	8,9
Oct. 2014	45,3	22,2	23,4	1,8	7,3
Dec. 2014	36,2	28,9	21,8	5,4	7,7
Feb. 2015	39,1	26,1	24,0	3,4	5,3
June 2015	37,6	24,0	29,7	4,0	5,0
Oct. 2015	41,1	22,2	27,4	3,7	5,6

Source: CEO 2015

It can be seen that the secessionist ‘heat’ had reached its peak by the end of 2013. After the fuss surrounding the referendum the independence option fell somewhat, while the support of the federal option and of extended autonomy increased significantly. A year later, by the time of Catalan parliamentary elections the pro-independence group had slightly regained strength, while the federal option got weak.¹⁰ If one has to take a stand solely on the issue of independence, the size of the secessionist group dropped compared to that of 2013, while the rate of uncertain people greatly decreased and the majority of them have been in favour of the ‘no’ option, thus by the autumn of 2015 the supporters of secession and the opponents of it have been nip and tuck.

6. Table. The support of independence on a hypothetical referendum 2015 (%)

	Support	Reject	Don’t know/no answer
December 2014	44,5	45,3	10,2
February 2015	44,1	48,0	7,9
June 2015	42,9	50,0	7,1
October 2015	46,7	47,8	5,6

Source: CEO 2015

The new Catalan government hasn’t been formed for months after the elections because of some demands of CUP. In spite of this their factions cooperated in the issue of secession: in November the Catalan parliament took a decision on starting the process of forming the independent state. The Spanish government immediately turned to the Constitutional Court asking them to stop these aspirations. By referring to the constitution, Madrid, contrary to the reactions of London on Scottish demands for secession, still doesn’t enable an official referendum on independence.

In January 2016 the parliament elected a new president, Carles Puigdemont (a politician of CDC). He is a committed supporter of independence, and during his inauguration

¹⁰ The representative surveys of CEO from February, June and October of 2015.

he identified the establishment of the independent Catalan state as his main purpose; and as an opening step he added a Foreign Minister to the Catalan government.¹¹

A standoff evolved in national politics after the elections of December 2015. The winner, the governing People's Party that firmly opposes the Catalan secession didn't obtain absolute majority, not even with Ciutadans party. Neither the Socialists, who finished second and planned the federal transformation of the country, obtained absolute majority together with the new protest party that finished third, the Podemos that doesn't oppose a referendum on independence. As the political standoff wasn't settled after half a year, there were new parliamentary elections in summer. Power relations, however, slightly changed; PP gained some strength, but still none of the political wings was able to form a government. At the end of summer it was still unknown what would be the party composition of Spain's government.

The British referendum of June 2016, which decided on the United Kingdom's exit from the European Union (Brexit), also catalysed the Scottish and Catalan aspirations for independence. One month later the Catalan parliament accepted the schedule of unilateral secession (unionist parties stayed away from voting). So far they never ran counter so declaredly to the Spanish Constitutional Court that pronounced any secession and the violation of Spanish state's territorial integrity unconstitutional.

The starting point of secession's unilateral schedule was that Catalans have the right to decide on their status as well as to draw up an own constitution and form an own state. The scenario envisages the previously drafted procedure lasting one and a half years, and during this period they draw up the Catalan constitution and establish the sovereign statehood's basic institutions. A referendum would ratify both secession and the independent constitution. After Brexit the secessionists trust to a very quick Catalan accession to the EU. Nevertheless, instead of unilateral secession Catalans would still prefer the Scottish way: they would like to agree with Madrid on a negotiated, peaceful secession, after which a clinching Catalan referendum on independence would take place. The Spanish government won't even hear of this as it immediately turned to the Constitutional Court to prohibit secession process, and the body suspended the decision of the Catalan parliament.

Conclusion

Secessionist literature set up a number of items that are especially relevant in Catalan case.

- The nation without a state living in the periphery of the given state has much greater potential for independence than national minorities or other ethnic groups.
- Secessionist intention is strengthened if the given region benefited economically from self-determination.
- They are not too secessionist if local elite comes in for state power than if central state is exclusively governed by the leaders of majority nation.
- Political and economic crises strengthen secessionist aspirations.
- In general secessionist tendency decreases if the given community has a great degree of internal self-determination and autonomy. (Sorens 2012: 32-51)

The approval of secession has been rare in the practice of international law for the past decades (apart from the disintegration of former socialist federal states). We can distinguish six different legitimate typical examples of secession (Buchanan 1991, Sorens 2012):

1. Decolonisation, former colonial territory becoming independent.

¹¹ <http://english.vilaweb.cat/noticies/-the-parties-in-catalonia-have-reached-an-agreement-to-form-an-independentist-government/>, - [carles-puigdemont-130th-president-of-catalonia/](#), - [who-is-carles-puigdemont/](#)

2. With the unified, unanimous decision of the international community.
3. The internal law and order of the given state enables secession.
4. With the agreement between the state and the secessionist territory.
5. Remedy of historical injustices: the territory was violently annexed earlier.
6. The residents of territory are affected by serious human rights violations, systematic discrimination and oppression, and the policy of the state threatens their existence.

In case of Catalonia none of the examples exists (annex happened 300 years ago, before the times of modern nations); there would be a small chance of the fourth example if Spaniards could be convinced.

However, considering that Catalans, the residents of Catalonia constitute a nation, they have the right for independent statehood based on the equality of all nations and the principle of national self-determination, so their principled-moral basis is unchallengeable, especially if it couples with a democratic expression of will from a convincing majority (see the precedent of Québec). Nevertheless, politics and international politics mean a more or less different thing from morals; the recognition of states is mainly interest-driven, the EU basically supports status quo, however, in its current state its reactions are unpredictable. The situation is somewhat similar in case of state law and international law as these don't necessarily take clear moral thoughts as a base, since their rules were created by political majorities and states. Spanish internal law serves the interests of Spanish nation state, therefore a reference basis may not be found there. International law provides points of reference but it provides at least as many arguments for anti-secessionist Spaniards as for secessionist Catalans. Catalan independence is a 'noble, sublime' issue which has been dragged into the swamp of political, legal battles. (HVG, 2014.11.06., 30-31)

In Spain there are three national communities, the Spanish majority possesses the state and they are confronted by the separate Catalan and Basque minorities. The three nations temporarily found common voice and reconciled in times of democratisation. In the years of transition Spaniards and Catalans made a compromise in order to consolidate democracy. The Spanish national majority retained for itself the control over the central state and maintained the constitutional vision of nation state while it ensured partial internal self-determination for so called nationalities. They artificially established the Spain of autonomous communities in order to avoid the formation of the Spain of nations. Catalans took the agreement of the years of transition as a starting point and after a while they wanted to move further to greater self-determination, but Spaniards considered it a final concession.

Catalans had supported the extension of internal self-determination instead of independence for long. It sounds surprising but this approach may require even more compromise from the central state of the nation in majority than secession. (Keating 2001) Secession is an aching territorial loss, but the remaining country as real nation state could operate more easily without minorities. Internal self-determination requires thorough constitutional reform and a significant distribution of powers, the nation in majority won't be an unlimited master in its country. However, this is the only way to integrate a national community in minority organically and democratically into a multinational state.

Catalans had tried to transform the evolved system by extending autonomy and converting from nation statehood to multinational state model, but without any chance, as practicably and mostly they were excluded from the governance of central state, thus the basic structure, the hegemony of Spanish majority didn't change.

After the failure of the second statute the political relation, the cooperation broke up between the Spanish state and Catalonia and the partial mutual trust disappeared without it is extremely difficult for a regional state to operate. The tension between Spanish central state and Catalonia has intensified to a level never seen before after the demands of Catalonia for

recognition as a nation and economic-financial internal self-determination conflicted with the Spaniards' negative reaction based on the constitution.

After that the Catalan society and determining political powers radicalised considering their national needs, they lost their loyalty towards the Spanish state which made them alienated from it, thus they unequivocally became the devotees of independence. Having unsuccessfully tried to achieve full internal self-determination and the recognition of their nation, Catalans chose external self-determination. Catalans are aware of difficulties to achieve independence, but they believe if they don't want to live under Spanish hegemony any longer, the only democratic solution is to recognise their right to self-determination and to acknowledge their secession. (Viver-Grau 2013: 119-124)

The issue of Catalan secession is actually a kind of battle between two big social subsystems, law and politics: according to Catalans it is a political question and not a legal one, whereas according to Madrid it is a clear legal issue. Spanish state rigidly insists on the legal aspect, the existing constitutional regulations as they disable the legal secession of Catalonia. The constitution should be reformed to call for a referendum on secession, which is a question of political will and action. Politics and law tightly interweave in a rule of law, but in Spain since 1978 the nation in majority hasn't been willing to change the basic legal framework and has conserved the existing rules as these stick the state together. But it is actually a political decision to insist on current legal solutions. In favour of this Constitutional Court has become a fully politicized organisation, since the two dominant national political parties keep it under its control and supremacy. This ensures the rigid interpretation of constitution, which is preferred by the central state. (Vilanova 2014)

Catalan secessionists still believe that with good communication strategy, the support of civil society movements, and the manifestation of political community's will they are able to compensate that the issue of secession is found to be defeated from legal viewpoint. The modification of legal background would be needed for secession, however, political powers governing Spanish state didn't do so and probably they won't do so either; and why they would do so when they are Spanish nationalists. It is impossible to be independent in a peaceful way without legal background conditions which would require political agreement between Spaniards and Catalans. There is a minimal chance of this, therefore as a consequence the secession is almost improbable as well.

From all of these it follows that the chances for Catalan unilateral secession within one and a half years are quite low. Based on the International Court of Justice's advisory opinion on Kosovo's declaration of independence from 2010, the legitimate and elected parliament of a territorial entity within a given state does not violate international law if it declares the independence of the territory. It doesn't mean that neither international community nor any state should automatically recognise this entity as a new sovereign state. Catalan parliament could declare independence unilaterally, but it wouldn't immediately establish a truly independent, sovereign Catalonia. Spain wouldn't recognise secession at all, while the reaction of most countries and the EU cannot be predicted as their viewpoint depends on political and economic interests, it is likely to be negative due to their attitude protecting status quo.

The consequences of Catalan secession would be extremely diversified, it is impossible to predict all of its elements. A key question would be the relation between Catalonia and the EU, since there have been a lot of debates about this (just like in case of Scotland) and it is hard to have a clear conception of it. The EU doesn't have a clear idea about the EU membership of a new sovereign state that seceded from a member state. (Edward 2013, Galán 2013)

Questions about the legal consequences of secession from a member state have been submitted to the European Commission more times and in connection with more issues. In

most cases the Commission doesn't interfere deeply in the details of secessionist issues and provides conventional responses: secession affecting the territory of a member state is the internal political competence of the given country, therefore another body is not allowed to interfere in it; EU law doesn't have such paragraphs that provide legally correct solution for the special case of secession from a member state.

The Commission's president, Barroso formulated a more specific opinion: a new state seceded from a member state wouldn't be a member state of the EU, it will have to apply for membership; based on the EU Treaties access conditions are given, none of the applicants is an exception from these. This scenario is problematic: according to it the new state would be immediately removed from the EU. This would cause chaotic and ambiguous situation. It is logical that more years of negotiations are necessary to manage successfully this new situation (secession from a member state) apart from the fact that the new entity wants to be an EU member state or not. The seceding entity has to negotiate with the EU about its membership and the necessary modifications of EU treaties. The main aim has to be the protection of the territorial and political integrity of the EU and that of the rights of EU citizens. This requires the consent of all member states, which obviously won't be an easy challenge.

This solution, however, doesn't provide a response to the problems of Catalonia, since Spain doesn't want to hear about secession. Nevertheless, negotiations seem to be the only solution in this case too and the EU should be a moderator during these negotiations.

In principle, the following scenarios could solve the Catalan issue:

1. Secession - its chance is low, main Spanish parties reject it. In this case the EU membership of the new state would be uncertain.
2. Federalisation - currently unrealistic. PP won't even hear of it and even if it is going to be in opposition, its consent will be needed for amendment to the constitution.
3. The legal recognition of Catalan nation and a fiscal pact, providing internal financial autonomy for Catalonia. Its probability is not too much because of PP.
4. A somewhat more extended autonomy, a slightly larger fiscal margin with less money paid to the state. This is possible, but it would be a slight solution for Catalans.
5. Everything stays the same. It is unreal, thus almost nobody in Catalonia wants this.

Currently it is impossible to predict the future of Catalans, since it depends on more international and internal political factors. It is certain that most of the Catalans, the determining Catalan parties, the parliament and the government still support independence, while most of the Spaniards, the Spanish parties, the Spanish parliament and government still reject it. The leaders of Spanish majority nation haven't given recognition and equality to Catalan minority nation yet, which had serious consequences. The delay of key reforms undermined the stability of the country which was torn by economic crisis, alienated the Catalans from Spain and made most of them secessionist, and made the Spanish-Catalan conflict antagonistic. The political uncertainty surrounding Catalan future hasn't diminished. As the unilateral declaration of secession seems impossible, it is almost certain that only a dialogue and a political agreement with Madrid may lead to a solution.

Bibliography

Balcells, A. (1996): *Catalan Nationalism: Past and Present*. London, MacMillan, ISBN: 978-0312126117

Beer, P. (2014): *Catalonia has voted: now what?* www.opendemocracy.net/can-europe-make-it/

Bel, G. (2013): *Anatomía de un desencuentro*. Barcelona, Destino, ISBN: 978-84233-4727-8

- Brubaker, R. (1997): *Nationalism Reframed: Nationhood and the National Question*. Cambridge UP, ISBN: 978-0521576499
- Buchanan, A. E. (1991): *Secession. The Morality of political divorce*. Westview Press, ISBN: 978-0813311333
- Caminal, M. (2012): The Spanish „state of autonomous communities”. In. Requejo – Caminal (eds.): *Federalism, Plurinationality and Democratic Constitutionalism*. Routledge, 324-363. ISBN: 978-0-415-69099-7
- Castro, L. (ed.) (2013): *What’s up with Catalonia?* Catalonia Press, Ashfield, USA, ISBN: 978-1-61150-032-5
- Catalonia Calling (2013) – *What the world has to know*. Sapiens, Barcelona, ISBN: 978-84-616-6452-8
- Centre d’Estudis d’Opinió. *Political Opinion Barometer*. Press report, 34, 35, 36, 1st, 2nd, 3rd wave 2015. <http://www.ceo.gencat.cat/ceop/AppJava/pages>
- Civit i Carbonell, R. (2013): *Anàlisi dels efectes de l’edat, la generació i el període en el suport a la independència de Catalunya 1991-2011*. ICPS Working Paper 312, Barcelona, ISSN: 1133-8962
- Conversi, D. (1997): *The Basques, the Catalans and Spain*. London, Hurst & Company, ISBN: 978-0874173628
- Dowling, A. (2013): *Catalonia since the Spanish Civil War*. Sussex Academic Press, Brighton, ISBN: 978-1845195304
- Edward, D. (2013): *EU Law and the Separation of Member States*. *Fordham International Law Journal*, July 2013, 1151-1168, ISSN: 0747-9395
- Galán Galán, A. (2013): *Secesión de Estados y pertenencia a la Unión Europea*. *Instituzioni del federalismo: rivista di studi giuridici e politici*. Nr. 1 (2013), 95-135, ISSN: 1126-7917
- Guibernau, M. (2004): *Catalan Nationalism*. Routledge, London, ISBN: 978-0415646406
- Haljan, D. (2014): *Constitutionalising Secession*. Hart Publishing, Oxford, ISBN: 978-1849464376
- Harris, S. (2014): *Catalonia is not Spain. A Historical Perspective*. 4Catsbooks, Barcelona, ISBN: 978-1502512307
- Keating, M. (2001): *Plurinational Democracy: Stateless Nations in a Post-Sovereignty Era*. Oxford UP, ISBN: 978-0199240760
- Liñeira, R. (2013): *Catalunya davant de la consulta sobre la independència*. *Quaderns de L’Institut de Ciències Politiques*, Barcelona, Vol 4, Octubre 2013, ISSN: 2014-9980
- Lluch, J. (2013): *The Moral Polity of the Nationalist. Sovereignty and Accomodation in Catalonia and Quebec*. Institut d’Estudis Autònoms, Barcelona. ISBN: 978-84-393-9080-0
- Marcet, J. – Argelaguet, J. (1998): *Nationalist Parties in Catalonia*. In De Winter – Tursan (eds.): *Regionalist parties in Western Europe*. London, Routledge, 70-85. ISBN: 978- 0-415-16437-0

McRoberts, K. (2001): Catalonia - Nation Building without a State. Oxford UP, ISBN: 978-0195414813

Norman, W. (2006): Negotiating Nationalism. Nation-Building, Federalism and Secession. Oxford UP, ISBN: 978-019 8293354

Segura, A. (2013): Crònica del Catalanisme. Barcelona, Angle Editorial, ISBN: 978-84-15995-54-7

Sobrequés i Callicó, J. (2007): History of Catalonia. Editorial Base, Barcelona, ISBN: 978-8485031863

Sorens, J. (2012): Secessionism. Identity, interest and strategy. McGill-Queens's UP, Montreal, ISBN: 978-0773539303

Strubell, T. (2011): What Catalans Want? Catalonia Press, Ashfield, ISBN: 978-1611500110

Vilanova, P. (2014): Catalonia referendum: a reality check. www.opendemocracy.net/can-europe-make-it/

Viver Pi-Sunyer, C. (2010): The Transition to a Decentralized Political System in Spain. Forum of Federations, Ottawa, ISSN: 1922-558X

Viver Pi-Sunyer, C. – Grau Creus, M. (2013): La contribució del parlament al procés de consolidació de l'autogovern de Catalunya. In. Revista d 'Estudis Autònomic i Federals Nr. 18, octubre 2013, 88-124, ISSN: 1886-2632

Author's contact details: Róbert Gyóri Szabó, associate professor, Kautz Gyula Economic Faculty, Széchenyi István University, Postal Address: Egyetem tér 1., Győr, 9026, Hungary, E-mail: rszaboka@chello.hu

A CSALÁDOS MUNKAVÁLLALÓK SZERVEZETI MEGÍTÉLÉSE

HOW EMPLOYEES WITH FAMILIES ARE JUDGED

Tímea Juhász

Abstract

The issue of harmonizing work and private life is one of the most important organisational employment problems nowadays. Family-related tasks of the employees who have families can influence their work. Several organisations have already realized by now that they can help their workers with different family-friendly tools. But the question is still there, what kind of employees these workers can be. Is there any difference between the employees with families and the employees with no families? Is it necessary to have another HR approach towards these employees? The hypothesis conceived during the research could not be justified in this research sample, which means that the companies with different proprietorial background mainly have no diverse opinion about employees with families.

Key words

Employees with families. Family-friendly tools. Judgement. Harmonizing work and private life. Workplaces.

Absztrakt

A munka és a magánélet összehangolásának kérdése napjaink egyik igen fontos szervezeti foglalkoztatási problémája. A gyermekes munkavállalók családdal kapcsolatos teendői hatással lehetnek a munkájukra. Számos szervezet ma már felismerte, hogy a különböző családbarát eszközökkel segíthetnek ezeknek a dolgozóknak. De kérdés az, hogy ezek a munkavállalók milyen alkalmazottak lehetnek egy adott cégnél. Létezik-e különbség köztük és a családdal nem rendelkező foglalkoztatottak között? Kell-e más hr megközelítés ezekkel a munkavállalókkal szemben, vagy sem? A vizsgálat során megfogalmazott hipotézis ebben a kutatási mintában nem igazolódott be, azaz a különböző tulajdonosi szerkezettel rendelkező szervezetek jellemzően nem vélekednek eltérően a családos munkavállalókról.

Kulcsszavak

Családos munkavállaló. Családbarát eszközök. Megítélés. Munka és magánélet összehangolása. Munkahelyek.

Bevezetés

Az életminőség kérdésének felértékelődésével egyre inkább szignifikáns kérdéssé lépett elő a munkavállalók számára, hogy miképp tudják összehangolni a munkájukat a magánéletükkel. Ennek a problémának hatása még fokozottabban jelentkezik a családos dolgozók esetében, hiszen a családi élet összeegyeztetése állandó stratégiai és operatív feladatot jelent ezen alkalmazottak részére. Nem véletlen, hogy ezek megoldását célzó eszközök egyre inkább megjelennek a vállalatok hr eszköztárában és vonzóvá teszik az adott foglalkoztató vállalkozásokat (Poelmans-Nuria-Pablo, 2003).

Konrad és Mangel (2000) például amerikai vállalatokat vizsgált meg a tekintetben, hogy azok a szervezetek, amelyek viszonylag sok értékes szakembert foglalkoztatnak széleskörű work-life programot hajlandóak-e biztosítani. A kutatás eredményeiből kirajzolódott, hogy hipotézisük beigazolódott, ugyanis azok a cégek, amelyek nagy arányban támaszkodnak a szaktudásra, széleskörű családbarát befektetéseket biztosítanak

alkalmazottaiknak, amelyekből igen jól profitálnak is. Szemben azokkal a szervezetekkel, ahol alacsony végzettségű, kevésbé önálló munkaerőt foglalkoztatnak, ezekben a vállalkozásokban a családbarát befektetések elhanyagolhatóak. Arról nem is beszélve, hogy ezek a politikák hatással lehetnek a munkavállalói elégedettségre, teljesítményre és egészségre (Dworkin-Ramaswani-Schipani, 2013).

A kérdés azonban az, hogy miképpen lehet értékelni ezeket a politikákat jogosultság szerint. A nők a 70-es években egyre nagyobb arányban jelentek meg a munkaerőpiacon, így az összegegyeztetés problematikája elsősorban őket érintette (Juhász, 2014). Nem véletlen, hogy számos esélyegyenlőségi eszköz (Farkas-Dajnoki, 2014) és családbarát megoldás, többek között atipikus foglalkoztatás, különböző juttatások, képzések számos formája jelent meg a szervezetek eszköztárában különösen a nőket érintve. A munkahely és az otthoni feladatok közötti konfliktusokra azonban az elméleti és a gyakorlati szakembereknek is oda kell figyelniük, miután ez a probléma ma már nemcsak női kérdés (Leslie-Manchester, 2011).

Nguyen Luu Lan Anh Gutek egy 2005-ös tanulmányában hosszasan elemzi, hogy a nemeket érintve a munkaerőpiacon mind egy horizontális, azaz foglalkoztatási, mind pedig egy vertikális szegregációnak lehetünk tanúi. A horizontális szegregáció elsősorban azt jelenti, hogy vannak kimondottan nőies és férfias foglalkozások, és a nőies pályákra jellemző, hogy alacsonyabb fizetésű, kisebb megbecsülésű és alacsonyabb szintű karrierlehetőségeket kínálnak. A vertikális szegregáció során viszont a férfiak és a nők nemcsak eltérő foglalkozásokban dolgoznak, de különböző pozíciókban is vannak foglalkoztatva, erre utal közvetetten a Wall Street Journal 1986-ban megjelenő írása, amely üvegplafon elnevezéssel illette azt a köztudatban élő, és gyökerező akadályt, hogy a nők csak bizonyos pozíció szintig tudnak eljutni egy szervezeten belül. A munkahelyi szegregációhoz hozzájárul többek között tehát a nemek tényleges képzettségbeli, pszichológiai és viselkedésbeli különbsége, a nemi sztereotípiák, valamint a szervezeti strukturális tényezők is.

Különösen erősítette a kérdés megítélését, hogy a jó anyákról szóló elképzelések azt kívánják meg, hogy a nők minél többet legyenek a gyermekükkel, és ez mint egy fontos motorja a tradicionális szerepfelfogásoknak (Kobrynawicz-Biernat, 1997).

A szakirodalmak azt is igazoltnak látták, hogy a gyerekekkel rendelkező női munkavállalók erősebben vannak megítélve, mint a dolgozó édesapák. A dolgozó apákra szakmailag is kompetensebben tekintenek, mint a dolgozó édesanyákra, és jobb szülőknek is tartják őket. Ez az alapja annak, hogy a foglalkoztatott anyukáknak többet kell tenniük, hogy jobb édesanyáknak tartsák őket, mint az édesapáknak (Bridges-Etaugh-Barnes-Farell, 2002).

Benjamin Liberman (2007) *The Impact of Prescriptions on Workers' Experiences* című tanulmányában több kutatást mutat be, amely egyrészt a nemi sztereotípiákhoz köthető, és ezzel együtt a munkavállalók családi kötöttségeihez kapcsolható. Így többek között megemlíti, hogy a kutatások azt igazolják, hogy míg a kisgyermekes nők, illetve a várandós édesanyák esetében sokkal több kritika jelenik meg mind a munkahelyi teljesítményüket, mind pedig az otthon ellátott kötelességeiket illetően, addig a férfiak esetében ez kevésbé tapasztalható. Az e témában született kutatásokról elmondható tehát, hogy alapvetően a nemi szegregáció szempontjából vizsgálják a munkavállalók megítélését a munkahelyen és ennek vetülete a családi kötöttségek dimenziója is.

Fuegen-Biernat-Haines-Deaux kutatók egy 2004-es munkájukban már kimondottan a családi kötöttségekre fókuszálva vizsgálják a kérdést, és azt tapasztalták, hogy a családos munkavállalók megítélése sokkal negatívabb, mint a nem családosoké.

Ezek az utóbbi eredmények ösztönözték a szerzőt arra, hogy egy nem reprezentatív mintán vizsgálja meg, hogy a magyarországi szervezetek miképpen vélekednek a családos munkavállalókról. Léteznek-e negatív, avagy pozitív sztereotípiák, és ha igen, melyek ezek?

A továbbiakban e kutatás néhány eredményét tárgyalja a tanulmány.

Anyagok és módszerek

A családos munkavállalók szervezeti megítélése elnevezésű kutatás 2015-ben zajlott le. A kutatás kvantitatív felmérés volt. Egy kérdőívet kellett interneten keresztül kitölteniük a válaszadó vállalatoknak. A kérdések alapvetően zártak voltak, nominális és metrikus skálákra, azon belül is Likert-skálára épültek. A kérdőív tesztelése három kitöltővel történt, de miután nem voltak érthetőségi problémáik a válaszadóknak a kérdőív formai és tartalmi összetevői nem változtak.

A kérdőív alapvetően három részre tagolódott. Az első részben a minta specifikálására vonatkozó kérdések voltak, így a kutatásban résztvevő szervezetek elhelyezkedése, tevékenysége, tulajdonviszonyai, a családos munkavállalók száma, stb.

A második részben a családos munkavállalók tulajdonságait és szakmai kompetenciáját tárgyalták a feltett kérdések. Végezetül az alkalmazottakkal szembeni pozitív és negatív diszkrimináció jellegét, és jegyeit elemezte a kérdőív.

A mintagyűjtési módszer a hólabda eljárás volt, többek között emiatt sem tekinthető reprezentatívnak a rendelkezésre álló minta. A vizsgálatban 90 vállalat vett részt, és valamennyi általuk kitöltött kérdőív elemezhető volt.

A kiértékelési módszerek az egy- és többváltozós statisztikai elemzési eljárások voltak, így gyakorisági, átlag, szórás vizsgálatok, faktoranalízis, klasztervizsgálat, ANOVA és keresztábra-elemzés. A jelen tanulmány a következő hipotézis mentén mutatja be a vizsgálati eredményeket:

Hipotézis

A vizsgálatban szereplő különböző tulajdonosi szerkezettel rendelkező vállalatok eltérően vélekednek a családos munkavállalókról.

A következőkben elsőként a minta specifikálását végzi el a szerző.

A kutatásban szereplő szervezetek földrajzi elhelyezkedésük szerint a következők voltak: a közép-magyarországi régióból származott a cégek 73,3%-a, azaz ez a régió túlreprezentált volt a mintában. 14,4%-uk Észak-Magyarországon működött, 4,4%-uk dél-alföldi volt, 3,3%-uk a Nyugat-Dunántúlon tevékenykedett, 2,2%-uk észak-alföldi vállalat volt, míg 1,1%-1,1%-uk a Dél-Dunántúlon és a Közép-Dunántúlon volt bejegyezve.

A cégek mérete alapján 30%-uk mikrovállalat volt, azaz 9 főnél kevesebb munkavállalót foglalkoztatott, 21,1%-uk 9-49 alkalmazottal dolgozott, 12,2%-uk középvállalként üzemelt (50-249 fővel), míg legnagyobb arányban 36,7%-ban az ennél több dolgozót alkalmazó cégek voltak a kutatásban.

Tevékenységi kör szerint a legtöbben a közigazgatásban, a kereskedelemben, a pénzügyek területén, illetve az oktatásban működtek.

Tulajdonviszony alapján 71,1%-uk kizárólag magyar tulajdonú volt, 6,7%-uk vegyesvállalat, míg 22,2%-ban teljes egészében külföldi tulajdonosi szerkezettel rendelkező vállalkozások voltak. Azt mondhatjuk tehát, hogy a magyar cégek túlreprezentáltak voltak a mintában, amit nem szabad elfelejteni az eredmények értékelésénél.

A vizsgált vállalatok mintegy 50%-a úgy ítélte meg, hogy a cégüknél könnyű elhelyezkedni egy családos munkavállalónak, miközben 14,4%-uk ezt nehéznek, vagy nagyon nehéznek ítélte meg. Az ANOVA vizsgálat azt mutatta, hogy e kérdésben nem voltak eltérő véleményen a különböző tulajdonosi szerkezettel rendelkező vállalatok ($F: ,775$ df: 2 szign: $,464$ $p>0,05$).

A kérdőív második részében a családos munkavállalókra vonatkozó tulajdonságokról kellett a válaszadóknak véleményt mondaniuk. Egy ötös skálán kellett az adott jellemzőt megítélni, hogy az adott családos munkavállaló milyen. Az egyes a rosszat, az ötös a kiválót jelentette.

Az 1. táblázat az így kapott válaszok átlagát és szórását mutatja meg:

1. Táblázat. A családos munkavállalók jellemzői a cégek megítélése alapján (átlag, szórás)

Tulajdonságok	N		Átlag	Szórás
	Érvényes	Hiányzó		
Felelősségtudat	90	0	3,93	,776
Probléma megoldási készség	90	0	3,80	,824
Cselekvőképesség	90	0	3,72	,765
Kreativitás	90	0	3,63	,710
Elhivatottság, elkötelezettség	90	0	3,61	,896
Munkafegyelem	90	0	3,57	,750
Megfelelés, beilleszkedés a cégek kultúrába	90	0	3,57	,808
Végzettség	90	0	3,54	,721
Hatékony kommunikációs készség szóban, írásban szűkkörben és nyilvánosan	90	0	3,52	,824
Magabiztosság	90	0	3,46	,810
Kezdeti önálló döntéshozatal	90	0	3,39	,844
Kritikus szemlélet	90	0	3,36	,891
Vezetői képességek	90	0	3,31	1,148
Analitikus készség	90	0	3,31	,729
Sokoldalúság	90	0	3,22	,933
Lehetőségek feltárása	90	0	3,16	,833
Rugalmasság	90	0	2,92	1,030
Nemzetközi tapasztalat	90	0	2,47	1,104
Lakhely változtatási hajlandóság	90	0	2,23	1,092

Forrás: a szerző saját táblázata

Az eredmények azt mutatták, hogy a mintában szereplő szervezetek jónak értékelik a családos munkavállalók felelősségtudatát, probléma megoldási készségét, cselekvőképességét, kreativitását. Ugyanakkor átlagosan gyengének minősítették a lakhellyel kapcsolatos rugalmasságukat és a nemzetközi tapasztalatukat, illetve még jellemzően alacsony minősítést kapott a rugalmasság, amely eredhet a családi kötöttségekből.

Miután elég sok tulajdonságot felsorolt a szerző, ezeket faktorokba tömörítette a további vizsgálatok érdekében. A faktoranalízis során egy változó nem volt alkalmas a faktorképzésre ez a kreativitás volt, így kimaradt a vizsgálatokból. KMO és Barlett-teszt: ,838, hozzávet. Khi-négyzet: 789,119 df: 171 szign.: ,000 alapján a változók igen alkalmasak voltak a faktorképzésre. 5 faktor kialakítása történt meg, amelyek során a magyarázott variancihányad 66,405 % volt. A faktorok a következő elnevezéseket kapták:

1. Önálló munkavégzési hajlandóság
2. Nyitottság a munkavégzés más helyen történő végzésére
3. Munkatudatosság
4. Nyitottság a változásokra
5. Rugalmasság

A vizsgálat folytatásaként az adott faktorok segítségével klasztereket képzett a szerző K-közép eljárással, azzal a céllal, hogy homogén csoportokat hozzon létre ezek alapján a mintából.

A végleges klaszterközéppontokat a 2. táblázat foglalja össze:

2. Táblázat. Klaszterközéppontok

	Klaszter		
	1	2	3
REGR factor score 1 for analysis 1	,23024	,74288	-,59538
REGR factor score 2 for analysis 1	,03731	-,59699	,33394
REGR factor score 3 for analysis 1	,64501	-,88399	,11114
REGR factor score 4 for analysis 1	,70509	-,25597	-,30473
REGR factor score 5 for analysis 1	-,66217	,07260	,38685

Forrás: a szerző saját táblázata

A középpontok alapján a következő klaszterek kerültek kialakításra:

1. klaszter: Jellemzően kevésbé rugalmas munkavállalóként értékelik a családosokat
2. klaszter: Önálló munkavégzésben erősek és a rugalmasságuk is értékelhető a családos alkalmazottaknál
3. klaszter: Mind a munkatudatosság, mind a rugalmasság, beleértve akár a más helyen történő munkavégzés is, jellemző képességek szerintük a családosokra.

A mintában szereplő cégek közül 26-an az első csoportba, 24-en a másodikba, míg 40-en a harmadik klaszterbe sorolhatóak.

Vizsgálati kérdés volt továbbá, hogy a különböző tulajdonosi szerkezet és a klaszterbe sorolás között létezik-e összefüggés. A Khi-négyzet próba nem mutatott szignifikáns összefüggést: Khi-négyzet: 8,535 df:4 szign.: 0,74 $p > 0,05$. A magyar tulajdonú cégek többsége 51,6%-a a 3-as klaszterhez sorolható, míg a vegyes vállalatok és a kizárólag külföldi tulajdonosi szerkezettel rendelkező vállalkozások 50-50%-a az első klaszterbe tartozik.

A vizsgálat rámutatott arra is, hogy a családos munkavállalót a cégek megítélése szerint abban, hogy elfogadjon a cégnél egy állást leginkább a munkahely távolsága az otthontól, az alaplábér és a béren kívüli pénzbeli juttatás befolyásolja, míg legkevésbé fontos számukra e kérdésben a képzési lehetőségek, avagy az utazási lehetőségek a munka során.

További kérdésként merült fel, hogy a cégek a szaktudásuknak megfelelően alkalmazzák a családos munkavállalókat. 42,2%-a a mintában szereplő munkáltatóknak mindig ennek megfelelően foglalkoztatja ezeket az alkalmazottakat, ám például 2,2%-uk csak nagyon ritkán veszi ezt figyelembe. E kérdésben nem különböztek az eltérő tulajdonosi szerkezettel rendelkező vállalatok (Khi-négyzet: 5,808 df:8 szign.:0,669 $p > 0,05$).

A továbbiakban a vizsgált szervezeteknek értékelniük kellett adott állításokat, hogy azok mennyire értenek egyet. Az egyes az egyáltalán nem egyetértést jelentette, míg az ötös

a teljes elfogadást. Az 5-ös értékű Likert-skála elemzése során kapott átlagokat és szórásokat a 3. táblázat foglalja össze:

3. Táblázat. Családos munkavállalóra jellemző állítások (átlag, szórás)

	N		Átlag	Szórás
	Érvényes	Hiányzó		
A családos munkavállalók nem szívesen vállalnak túlórákat.	90	0	3,64	1,221
A családos munkavállalók nem szívesen vállalnak képzéseket munkaidőn túl.	90	0	3,90	1,092
A családos munkavállalók nehezen irányíthatóak.	90	0	2,48	1,041
A családos munkavállalók figyelme megoszlik a család és a munka között.	90	0	3,42	1,049
A családos munkavállalók gyakran hiányoznak családi okok miatt (betegség, iskolai-óvodai szünet, stb.).	90	0	3,46	,985
A családos munkavállalók nehezen motiválhatóak a karrierrel.	90	0	3,17	1,052
A családos munkavállalók nem szívesen vállalnak utazással járó feladatokat.	90	0	3,51	1,114

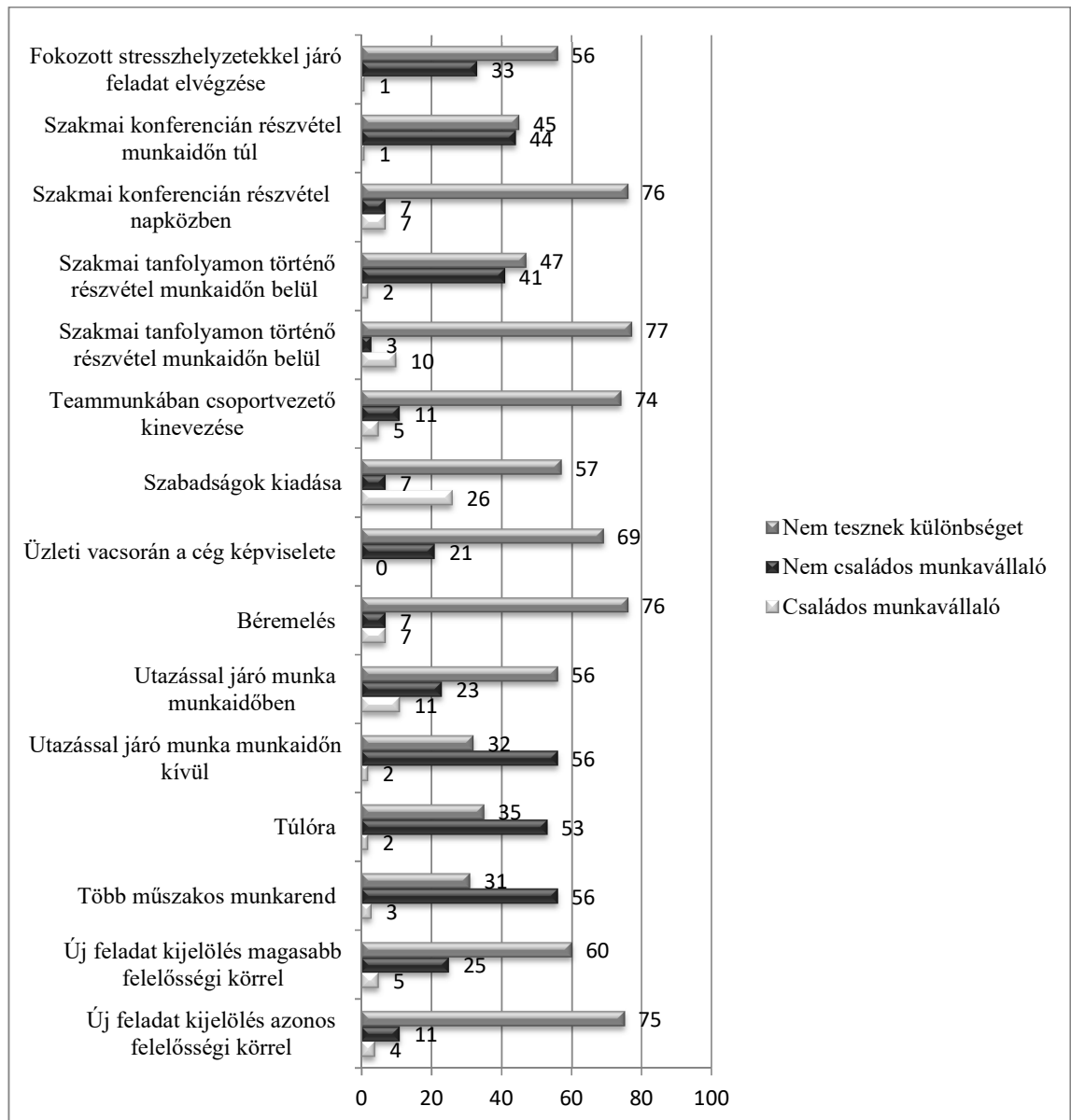
Forrás: a szerző saját táblázata

Az állításokra vonatkozó eredményekből kitűnik, hogy a családi kötöttségek nagyban befolyásolják a családdal rendelkező munkavállalók munkavégzését, különösen a rugalmasság tekintetében. Így a munkáltatók jellemzően elfogadják, hogy ezek a dolgozók nem szívesen túlóráznak, a munkaidőn kívül nem igen vállalnak képzést, de az utazással járó munkának sem nagyon örülnek. Igaz, ezekben az esetekben igen magas volt a szórások nagysága, ami arra enged következtetni, hogy ezeknél az állításoknál nem igazán volt egyöntetű véleményen a minta.

Megvizsgálta a szerző, hogy a különböző tulajdonosi szerkezettel rendelkező munkáltatók az adott kérdések tekintetében eltérően vélekednek-e. Semelyik változó esetében nem mutatott az ANOVA vizsgálat szignifikáns különbséget, az viszont az átlageredményekből kitűnt, hogy valamennyi változóval a legmagasabb átlagban a külföldi tulajdonosi szerkezettel bíró vállalkozások értettek egyet, míg átlagosan legkevésbé egy változó kivételével (A családos munkavállalók nehezen motiválhatóak a karrierrel.) a vegyes vállalatok.

A vizsgálat során kérdésként merült fel, hogy a különböző szituációk esetében kit választanak a munkáltatók, ha a munkavállalók ugyanabban a munkakörben dolgoznak, ugyanolyan képesítéssel és tapasztalattal. Adott szituáció esetében kellett eldönteniük a vizsgálatban szereplő cégeknek, hogy a családos munkavállalót, a nem családos munkavállalót választják, avagy nem tesznek különbséget a családi állapot tekintetében.

Az 1. grafikon ezekkel a szituációkkal kapcsolatos eredményeket mutatja:



1. Grafikon. Különbségek a családi állapot alapján adott szituációkban (N)

Forrás: saját szerkesztés

A grafikonról leolvasható, hogy a legtöbb helyzetben a munkáltatók nem tesznek különbséget a családos és a nem családos munkavállalók között. Kivéve a túlórát, a többműszakos munkarend, az utazással járó munka a munkaidőn kívül változók tekintetében. Ezek a tevékenységek a családos munkavállalók számára additív operatív egyeztetést jelenthet a munka és magánélet között, tehát talán ez lehet az egyik indok, hogy így gondolkodnak a foglalkoztatók. A továbbiakban a szerző megvizsgálta, hogy a különböző tulajdonosi szerkezetű szervezetek eltérően vélekednek-e bármilyen szituáció esetében. A Khi-négyzet vizsgálat egyik változó esetén sem igazolta a szignifikáns különbséget, azaz valamennyi cég a kutatásban hasonlóan gondolkodott az adott kérdésben.

Végezetül a felmérés rákérdezett arra, hogy létezik-e negatív, avagy pozitív előítélet a családos munkavállalókkal szemben. A válaszadók 62,2%-a szerint van negatív előítélet, és a pozitív előítéletet 47,8%-a gondolta. Mindkét kérdés esetén nem különböztek a cégek véleményei. A negatív és a pozitív előítéletre vonatkozóan egy-egy mondatban meg is kellett indokolniuk a válaszadóknak a véleményüket. Íme, néhány magyarázat:

4. Táblázat. Családos munkavállalóra vonatkozó negatív és pozitív előítélet

Negatív előítélet	Pozitív előítélet
„A családos munkavállalókkal csak a probléma van. A tökéletes (robot) dolgozó egyedülálló, önálló étellel nem rendelkező, alvásigénytelen bármikor, bármire ugrasztható. Akinek családja van, lehetőleg legyen a saját főnöke, különben csak baj van vele.”	„A család edzésben tartja, ezért kitartóbbak, jobban és többet tudnak dolgozni egy jó munkahelyi csapatban!”
„A családos munkavállalóknak többször kell (akár nem előre tervezhetően) hamarabb elmenni/később érkezni a munkába, vagy szabadságot kivenni (pl. megbetegedett a gyerek).”	„A családos ember felelősségteljesebb és alkalmazkodásra is hajlandóbb, mint a nem családosok.”
„Általános érvényű, hogy akinek családja van, az fontosabb a munkahelyénél, így az elvégzendő feladatokra is negatív hatással van.”	„A családos emberek szerintem gyakorlatiasabbak, tapasztaltabbak az élet különböző területein!”
„Az esetleges több hiányzás miatt a munkáltatók szívesebben választanak a nem családos jelöltek közül.”	„A családos munkavállalók hasonló juttatásokban részesülnek, mint a nem családos kollégáik.”
„Mert a legtöbb cégnek az a legfontosabb, hogy kevesebbet hiányozzon az alkalmazott, illetve tudjon túlórárt vállalni, amit egy családos alkalmazott nehezen tud megvalósítani.”	„A férfi felsővezetőknél pozitív, ha van családjuk.”

Forrás: a szerző saját táblázata

Befejezés

A jelen tanulmány a családos munkavállalók vállalati megítélését mutatta be magyarországi szervezetek esetében egy kutatás tükrében. A szerző által megfogalmazott hipotézis az eredmények dimenziójában nem tekinthető elfogadottnak, azaz a különböző tulajdonosi szerkezettel rendelkező szervezetek jellemzően nem vélekednek eltérően a családos munkavállalókról. A vizsgálat során kiderült, hogy a családi kötöttségek befolyásolják a munkavállalók munkavégzési rugalmasságát.

2009-ben, a 671 db magyarországi szervezeti mintát tartalmazó szerzői vizsgálatok során nem bizonyosodott be, hogy él negatív sztereotípa a családos munkavállalókkal szemben¹². Igaz már akkor kérdésként merült fel, hogy a válaszok megbízhatóságát mennyire befolyásolták a törvényi kötelezettségek, miszerint mindennemű diszkrimináció tilos a munkavállalóval szemben.

¹² Juhász Tímea (2010): Családbarát munkahelyek, családbarát szervezetek, doktori disszertáció 1-226. oldal

Miközben a mostani kutatásban majdnem minden második szervezet arról nyilatkozott, hogy léteznek pozitív előítéletek a családos munkavállalókkal szemben, mégis kétharmada a mintában résztvevőknek elismerte a negatív diszkriminációt is. Ez utóbbi eredmény megfontolást igényel nemcsak vállalati, de nemzetgazdasági szinten, hiszen ezek az előítéletek hatással lehetnek a gyermekvállalási kedvre, amely kérdés megoldása csak állami szinten kezelhető.

Irodalom

Bridges, J. S., Etaugh, C., Barnes-Farell, J. 2002. Trait judgment of stay at-home and employed parents: A function of social role and/or shifting standards? In: *Psychology of Women Quarterly*. 26 p. 140-150. ISSN: 0361-5843

Dworkin, T. M., Ramaswani, A., Schipani, C. A. 2013. The role of networks, mentors and the law in overcoming barriers to organizational leadership for women with children. In: *Michigan Journal of Gender and Law*. 20. p. 83-123. ISSN: 1095-8835

Farkas, E., Dajnoki, K. 2014. The presence of equal opportunities in HR management. In: *Oradea University Press*. XXIII. p. 1164-1172. ISSN: 1222-569X

Fuegen, K., Biernat, M., Haines, E., Deaux, K. 2004. Mothers and fathers in the workplace: how gender parental status influence judgments of job-related competence. In: *Journal of Social Issues*. Vol.60., No.4, p. 737-754. ISSN: 1540-4560

Juhász, T. 2010. *Családbarát munkahelyek, családbarát szervezetek, doktori disszertáció* pp. 1-226.

Juhász, T. 2014. *Családbarát munkahelyek, családbarát szervezetek*. Publikon Kiadó. p. 132 ISBN: 978-615-5457-00-5

Kobryniewicz, D., Biernat, M. 1997. Decoding subjective evaluations: How stereotypes provide shifting standards. In: *Journal of Experimental Social Psychology*. 33, p. 579-601. ISSN: 0022-1031

Konrad, A. M., Mangel, R. 2000. The impact of work-life programs on firm productivity. In: *Strategic Managerial Journal*. 21 (12): p. 1225-1237. ISSN: 1097-0266

Leslie L. M., Manchester, C. F. 2011. Work-family conflict is a social issue not a women's issue. In: *Industrial and Organizational Psychology*. 4. p. 414-417. ISSN: 1754-9434

Nguyen, L. L. A. 2005. Férfiak és nők a munka világában. Nemi szerepek a munkahelyen. In: *Magyar Pszichológiai Szemle*. LX.1. p. 111-134. ISSN: 0025-0279

Poelmans, S. A. Y., Nuria, C., Pablo, C. 2003. The adoption of family-friendly HRM policies-competing for scarce resources in the labour market. In: *International Journal of Manpower*. 24. p. 128-150. ISSN: 0143-7720

A szerző/k elérhetőségi címe/ük: Dr. Juhász Tímea PhD, tanácsadó
juhasz.timi@hotmail.com

AZ OLIMPIAI JÁTÉKOK ÖRÖKSÉGEI, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI HATÁSOKRA

THE LEGACY OF THE OLYMPIC GAMES, PARTICULARLY WITH REGARD TO ECONOMIC AND SOCIAL EFFECTS

**Melinda Biró - Anetta Müller – Kinga Ráthonyi-Ódor - Gergely Ráthonyi - Éva Bácsné
Bába – Beáta Dobay**

Abstract

The authors selected the research topic to highlight and evaluate the importance of the research field related to the heritages of Olympic Games. The aim of this study on one hand is to determine the heritages of mega-events and to describe the effects and affected groups of heritages. On the other hand, to review the realized events as practical examples without limitation to analyze their various effects (economical, job creating, infrastructural, touristic, image builder, life-style forming, environmental). During our research we used comparative analysis based on secondary data sources. National and international publications, case studies, proceedings and webpages were reviewed.

Key words

Olympic Games. Heritage. Economical Effect. Social Effect. Added Value.

Absztrakt

A szerzők témaválasztását indokolja, hogy érdekes és szükséges kutatási terület az Olimpiai Játékok örökségeinek bemutatása, értékelése. Jelen tanulmány célja egyrészt a megrendezvények örökségeinek lehatárolása, az örökségek hatásainak érintett csoportonkénti bemutatása, másrészt, hogy a teljesség igénye nélkül, megvalósult gyakorlati példákat ismertessünk az egyes hatások (gazdasági, munkahelyteremtő, infrastrukturális, turisztikai, image építő, életmód-átalakító, környezeti) bemutatására. A tanulmány elkészítése során másodlagos adatforráson nyugvó komparatív elemzést alkalmaztunk. Hazai és nemzetközi folyóiratcikket, esettanulmányokat, a szervező bizottságok kiadványait és internetes oldalakat tekintettünk át.

Kulcsszavak

Olimpiai Játék. Örökség. Gazdasági hatás. Társadalmi hatás. Értékteremtés.

Bevezetés

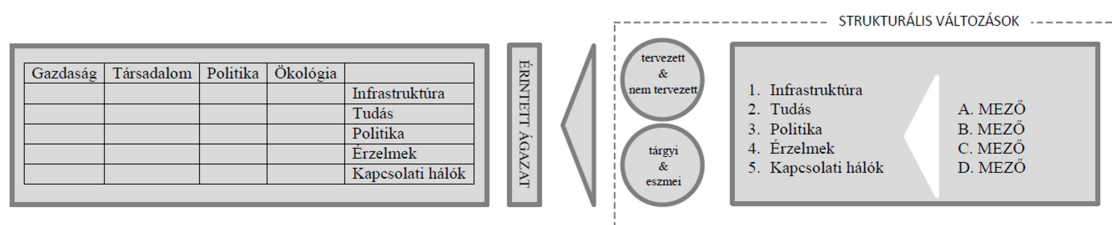
A megaesemények leginkább tetszőleges helyszíneken életképes, ún. „footlose” iparágakhoz hasonlíthatóak: szervezésük idején jelentős erőforrásokat mozgósítanak a házigazda városban, majd a rendezvény végén megszűnnek. Bár élénkítik a rendező ország gazdaságát, és paradigmaváltást idézhetnek elő, mégis akaratlanul káoszt is okozhatnak, és értékeket tehetnek tönkre.

A sportesemény érdekében vagy az esemény által létrehozott, tervezett, nem tervezett, pozitív és negatív, tárgyi, eszmei struktúrát az esemény örökségeként definiálhatjuk. Ezek a struktúrák pedig hosszabb életűek, mint maga a rendezvény. Nem lehet a megasportrendezvényeket átfogóan, holisztikusan értékelni, ha csak a tervezett, pozitív és tárgyi örökségekre koncentrálunk. Lehetőség szerint minden érintett csoportot és a náluk felmerülő hatásokat számításba kell venni.

Mindenekelőtt pontosítani kell, hogy a megasportrendezvények – jelen esetben az Olimpiai Játékok – milyen fajta örökségeket hoznak létre. Első lépésben érdemes meghatározni az 5 eseménystruktúrát, mely változást idéz elő a városban és melyek élettartalma meghaladja az esemény élettartalmát (Preuss, 2015):

1. Infrastruktúra pl.: utak, repülőterek, tömegközlekedés, parkok, szállásnyújtás stb.;
2. Tudás pl.: önkéntesek, munkavállalók továbbképzése, rendezvényszervezés, kutatás stb.;
3. Politika pl.: sport, környezetvédelem, közpolitikák stb.;
4. Érzelmek pl.: imázs, ünneplés, emlékek, hazaszeretet stb.;
5. Kapcsolati hálók pl.: politikusok, sporthivatalnokok, környezetvédelmi aktivisták, biztonsági személyzet.

Preuss (2015) logikája alapján az 5 eseménystruktúrát, mely lehet tervezett, nem tervezett, tárgyi, eszmei, konkrét ágazatokkal, iparágakkal célszerű összekapcsolni a probléma összetettségének pontosabb megragadása érdekében (1. ábra), például a sporthoz, ökológiához, vagy gazdasághoz. Ahhoz, hogy egy megaesemény sportörökséget hozzon létre, meg kell terveznünk a sportinfrastruktúra, a sportpolitika, a sporttal kapcsolatos tudás, emóciók és kapcsolati hálók fejlesztését, és itt mind az 5 eseménystruktúra számos örökségre mutathat rá.



1. Ábra. Strukturális változások és a megasportesemény által befolyásolt ágazatok, iparágak

Forrás: saját szerkesztés, Preuss, 2015 alapján

Végül pedig azt tekintjük át – a teljesség igénye nélkül –, hogy a megaeseményekkel járó változások milyen különféle (pozitív vagy negatív) módokon hatnak az érintettekre:

- Központi kormány: nemzetközi hírnév, költségűllépés, korrupció növekedése;
- Helyi politikusok: infrastruktúra-fejlesztés, munkahelyteremtés, közösségi szellem erősödése, növekvő adminisztratív kiadások;
- Szervező bizottság: munkahelyek, fizetések, kudarc;
- Sportot irányító testületek (nemzeti, nemzetközi): nemzetközi sportmozgalom részéről megbecsülés, sporttal kapcsolatos befektetések, korrupció;
- Házigazda ország lakossága: nemzetépítés, presztízs, szakpolitikák kedvezőtlen alakulása;
- Sport iránt érdeklődő és sportoló lakosság: új helyszínek, sportpolitikák, növekvő fizikai aktivitás, költségek áthárítása a lakosságra;
- Környezetvédők: növekvő környezettudatosság, környezeti károk, túlszűfolttság, több hulladék;
- Társadalmilag hátrányos helyzetűek: szakképzés és munkalehetőség, szociális lakások, magasabb adók, több bűncselekmény;
- Jómódú lakosság: dzsentifikálódás, erőforrások egyenlőtlen elosztása;

- Helyi ipar és üzletemberek: beruházás, turizmus, új szállodák, éttermek, új versenytársak;
- Turisták: új nagy presztízsű épületek, új szállodák, áremelkedés.

Az örökségek értékelése nem egyszerű feladat, hiszen ugyanaz az örökség különböző érintettekre eltérő módon hathat, illetve számtalan eszmei örökség. Ezek nehezen mérhetők, és még nehezebb hozzájuk pénzbeli értéket rendelni.

Jelen tanulmányban nem célunk, hogy valamennyi érintett csoportnál fellépő pozitív/negatív hatás gyakorlati megvalósulását példákkal támasszuk alá, de igyekszünk minél több, az Olimpiai Játékok által megvalósult örökségre és hatásra kitérni.

Anyag és módszer

Az Olimpiai Játékok örökségeinek bemutatása, értékelése során részben releváns külföldi és hazai szakirodalmakra támaszkodtunk, részben másodlagos adatforráson nyugvó komparatív elemzést alkalmaztunk. Utóbbi során az interneten közzétett jelentéseket, esettanulmányokat, jó gyakorlatokat elemezve gyűjtöttünk példákat arra, hogy a teljesség igénye nélkül ismertessük a Játékok egyes hatásait (Bohó et al., 2015; Borbély – Müller, 2015; Felföldi, 2012; Flyvbjerg – Stewart, 2012; Preuss, 2015; Ráthonyi-Odor, 2015; Tóth, 2012; UNEP, 2009).

Eredmények

1. Olimpiai Játékok gazdasági hatásai

1.1. Az olimpiák költségeinek áttekintése a legfőbb kiadások és bevételek mentén

Érdeemes áttekinteni, hogy milyen kiadások és bevételek realizálódtak az Olimpiai Játékok szervezésénél, és ezek hogy változtak az évek során. A játékok kezdeti időszakában viszonylag alacsonyok voltak a kiadások, és legtöbbször a bevételek fedezték a rendezés költségeit.

A II. világháború utáni első olimpiának (London 1948) a pénzügyi beszámolója szerint az ötkarikás verseny költsége 742.268 fontot, azaz 1,2 millió dollár volt. A játék 29,000 font nyereséget hozott. A legtöbbet a versenyzők ellátására és elszállásolása költöttek, mely az összköltség 21%-át tette ki. Az 50-es évektől a szervező bizottságok, már a hosszú távú előnyt jelentető beruházásokat támogatták, és vállalták be költségként. 1952-ben (Helsinki) a finn állam új repülőteret, autópályákat és vasutakat épített és fejlesztették a telefonhálózatot. Az 1,5 milliárd finn márka kiadással zártak, és 49 milliós veszteséggel. Az 1956-os játékok hozzávetőlegesen 50.236 millió dollárba kerülhetett. Az ausztrálok bevallásuk szerint 300.000 font veszteséggel zártak. Az 1960-as olimpián Róma városa az olimpiai bizottság szerint annyit költött, mint amennyi a bevétele volt, 7,2 millió dollárt. Ebből 6,4 milliót fordítottak az olimpiai stadion, az olimpiai falu, az uszoda, az autópályák építésére, és a hidak felújítására. A jegybevételek, a televíziós és rádiós jogdíjak eladásai pedig fedezték a költségeket (New York Times, 1960. szeptember 25). 1964-ben (Tokió) 1,926 milliárd dollárt (New York Times, 1964. szeptember 27) költöttek a játékok megrendezésére. Infrastruktúra fejlesztésre költött összegből gyorsforgalmi utakat, több mint 50 mérföld utat, és egy 8 mérföld egysínű vasutat építettek. A jegyeladásokból pedig 5,172 millió dolláros bevételre tettek szert. Az 1968-as Mexikóvárosi olimpiai költségeiből (175 millió dollár) 98 millió dollárt fordítottak infrastruktúra, és sportinfrastruktúra fejlesztésre, további 77 milliót pedig az olimpia megszervezésére. A mexikói kormány legfőbb bevételét (56 millió dollárt) a televíziós jogdíjából, a jegyértékesítésből, és az olimpiai falu ingatlanjainak későbbi értékesítéséből származó összegek jelentették. 1972-ben (München) a szervező bizottság hivatalos jelentése szerint a kiadás közel négyszerese volt a mexikóinak,

611 millió dollár. Ennek az összegnek 75%-át fordítottak beruházásra, sportlétesítmények, szállások, kulturális létesítmények, utak, metróhálózat építésére. Négy évre rá, 1976-ban a játékok történetének eddigi legveszteségebb, és leginkább alultervezett olimpiáját valósították meg Montréalban. A bevételeket 430 millió kanadai dollár volt, míg a kiadás 1,42 milliárd (1,38 milliárd USA dollár) (Flyvbjerg – Stewart 2012). A hidegháborús időszak olimpiáinak költségeit nehéz pontosan megbecsülni, hisz ismerve a politikai eseményeket feltételezhetjük a korszak adatainak pasztikázását. Ez leginkább az 1980-as Moszkvában rendezett olimpiánál figyelhető meg leginkább. Szinte lehetetlen megbecsülni a végső költségeket. Moszkva közel 2 milliárd USA dollárt költhetett az olimpiára. Felújították a metróhálózatot, a Lenin Stadiont, és közel 90 sportlétesítményt, szállodát építettek. A következő, 1984-es olimpiát minden idők legnyereségebb olimpiájaként tartják számon. A 768 millió dollár bevételből mely leginkább a televíziós jogdíjából, a szponzorációból, és a jegyeladásokból származott, 222,7 millió dollár lett a profit. A kiadásokat azzal mérsékeltek, hogy kevesebb új létesítményt építettek, inkább a meglévőket alakították át, így többet tudtak megtakarítani. További érdekesség még, hogy ez volt az első olyan olimpia, amit állami támogatás nélküli, tisztán magánfinanszírozásból valósítottak meg. Négy évre rá 1988-ban Szöulban rendezett olimpia szervezésének költsége 847,7 millió dollár volt. A szervező bizottság jelentése szerint 139 millió dollár nyereséggel zártak, amiben még nincs benne a későbbi lakás értékesítésből származó bevétel, és a magánszféra hozzájárulása. Ezekkel együtt a teljes profit meghaladja 497 millió dollárt. A 1992-es (Barcelona) olimpia az előre tervezett költséget túllépte, a túlköltés hatalmas volt. 417%-al lépték túl az a tervezett kiadásokat, mely így végül meghaladta a 7 milliárd dollárt. 2 milliárdot költöttek infrastrukturális beruházásokra (a körgyűrű építése, az utak, a távközlés felújítása), szállodák, apartmanok, olimpiai létesítmények építésére és felújítására (Flyvbjerg – Stewart, 2012). Négy évre rá jelentős változás következett be az olimpiák finanszírozásában, ami a pénzügyi garanciák megkövetelésében realizálódott. Ismét Amerika rendezhetett olimpiát, és mivel a város visszautasította a költségeket, így közel 80%-ban magánbefektetőkkel finanszírozták a rendezvényt, ami így 1,72 milliárd dollárba került. Az alacsony költségvetés miatt például nem jutott elég forrás az infrastruktúra fejlesztésére. A tisztázatlan pénzügyek pedig arról győzték meg a NOB-ot, hogy a jövőben kizárólag a rendező ország kormányának pénzügyi garanciavállalása mellett lehet csak olimpiát vállalni. A 2000-es sydneyi olimpia költsége közel 6 Mrd USD dollárt tett ki, melyből a sportlétesítmények építésére 1,76 milliárd dollárt és, a további általános infrastruktúra fejlesztésére fordították a legtöbbet 1,82 milliárd dollárt. Nyereségre nem tettek szert. 2004-ben ugyancsak az az infrastruktúrafejlesztés vált a Görög kormány egyik fő céljává, mint a korábbi olimpiákon is, Athénban leginkább a közlekedési problémák megoldásának az eszköze lett az olimpia. A közlekedésfejlesztés (villamosvonal, vasúthálózat kibővítése) 344 millió dollárba került. 2,83 milliárd dollárért építették, és újították fel a sportlétesítményeket. Alultervezték a költségeket, ami 11,6 milliárd dollár fölé emelkedett. Kínában a 2008-as olimpia 44 milliárd dollárba került (Sverrisson, 2012). Közlekedésfejlesztésre 3,6 milliárd dollárt költöttek, sportlétesítmények építésére 1,5 milliárdot, de még ezeket az összegeket is túlszárnyalta a környezetvédelmi beruházások összege (8,6 Mrd dollár). Mint látható az olimpiák finanszírozása változóban. A rendező városok kihasználják a lehetőséget, és az infrastruktúra-, közlekedésfejlesztésre egyre többet fordítanak. Emelkednek a biztonságtechnikai intézkedések és a környezetvédelmi intézkedések költségei is.

1.2. Mitől nyereséges egy olimpia?

Az előző áttekintésből azt láthatjuk, hogy sajnos számos esetben a bevételek csak töredékét fedezték a kiadásoknak. Az olimpiát rendező városok rendszerint alábecsülik a játékok szervezési költségeit, miközben a belőlük származó hasznot hajlamosak túlértékelni.

Több negatív példa is igazolja ezt, hisz Barcelona esetében a végleges költség 266%-al lépték túl az előre tervezettet, Montreálban ez 720% volt, míg a Lake Placidban 324%. A túlköltés átlaga 1960-2016-ig a téli és a nyári olimpiákat is beleszámolva összesen 156 százalék. (1. táblázat) A nyári olimpiák rendezésénél (1960-2016-ig) a túlköltés mértéke 176%, a télieknél (1960-2016-ig) 142%. A vizsgált 19 olimpiából 15-nél a túlköltesítés mértéke meghaladja az 50%-t, míg 9 estében a 100%-ot (Flyvbjerg et al., 2016).

1. Táblázat. Túlköltesítés mértéke az olimpiákon (1960-2016-ig)

	Nyári olimpia %	Téli olimpia %	Összes %
A túlköltesítés átlaga	176	142	179
A túlköltesítés mediánja	83	118	112
A túlköltesítés maximuma	720 (Montreál 1976)	324 (Lake Placid 1980)	720
A túlköltesítés minimuma	2 (Peking 2008)	13 (Vancouver 2010)	2

Forrás: saját szerkesztés, Flyvbjerg et al., 2016 alapján

Ezek után felmerülhet a kérdés, hogy milyen tényezők befolyásolják a túlköltesítést, és mitől függ, hogy egy olimpia nyereséges lehet-e vagy sem? Baade és Matheson közgazdászok a Journal of Economic Perspective 2016-os számában arra hívták fel a figyelmet, hogy 6 fő szempontot szükséges ehhez figyelembe venni. Evidensnek tűnhet, de a kiadásokat és a bevételeket kell egyensúlyba hozni ahhoz, hogy elkerüljék a túlköltesítést. A szerzők mindkét oldalon (kiadás, és bevétel) 3-3 kategóriát emelnek ki. A kiadásoknál legfontosabb három kategória:

- általános infrastruktúra fejlesztése (új utak, tömegközlekedés, szállás, olimpiai falu stb),
- sportinfrastruktúra (sportlétesítmények, stadionok, pályák építése) költsége,
- szervezéshez kapcsolódó működési költségek (munkabér, rezsi, biztonsági intézkedések).

A bevételi oldalon is három fontos területet emelnek ki a szerzők:

- rövidtávon befolyó pénzek (olimpiára érkező turisták országban hagyott pénze, a jegyeladásokból, közvetítési jogokból származó bevételek),
- infrastruktúrába befektetett összegek közép és hosszútávon megtérülő bevételei, melyek pozitív hatással lehet az ország vagy város gazdaságára, az ide érkező befektetőkre, és a turizmusra,
- olimpia „bevétel”, ami nehezen fejezhető ki pénzben, mint például a rendező ország polgárainak hangulata, életérzése, egészsége.

A tapasztalatok azt mutatják, hogy egy olimpia megrendezése inkább hosszú távú befektetésnek tekinthető, melynek pozitív hatásai csak évek múltán érzékelhetőek (Felföldi, 2012). A hatások lehetnek láthatók (infrastruktúra, gazdasági hatás) és láthatatlanok (életérzés, imázs, nemzeti büszkeség, nevelési értékek, környezetvédelem).

1.3. GDP növekedés

Az olimpiai beruházások 2002 óta 2,5%-kal járultak hozzá az ország GDP-jének növekedéséhez (Világbank, 2008) A sport nagyrendezvényeinek, így az olimpiák rendezésének egyik legmarkánsabb gazdasági hatása leginkább az infrastruktúra fejlesztésnek

és beruházásnak köszönhető. A gazdaságélénkítő hatását számos Olimpián, világbajnokságon és kontinensviadalon tapasztalták. Ausztráliában 2000-ben, a Sydney-ben rendezett olimpia előtti illetve utáni hat évben 6,3 – 6,3 milliárd font GDP növekményt tapasztaltak, mely elsősorban az infrastruktúra fejlesztésnek, a beruházásoknak volt köszönhető.

Jelentős fejlesztést kellett a görögöknek is produkálniuk a 2004-es Athéni Olimpia rendezése előtt, mely országos infrastruktúra fejlesztést jelentett. A görög játékok szervezőbizottságának elsődleges célja volt a tervezés és szervezés során, hogy egyrészt innovatív technológiákat alkalmazva csökkentsék a rendezvény környezeti hatását, másrészt az infrastruktúra fejlesztése révén átalakítsák a helyi környezetet. Görögország közel 9 milliárd eurót fordított az előkészületekre (Ráthonyi-Odor, 2015) A görögországi beruházások az ország GDP-jét 0,1-0,2%-kal növelték meg. Görögország GDP növekedése 3,8% volt, ami 2004-ben az uniós tagországok között az egyik legmagasabb értéket tudta produkálni.

A pekingi olimpia beruházásainak gazdasági megtérülését elemző irodalmak is kiemelik a GDP növekedést. A kínai kormány, és Peking város önkormányzata pénzügyi garanciát vállalt a rendezéshez szükséges infrastruktúra és sportlétesítmények létrehozásáért. A rendezésre kötött 44 milliárd dollárnyi beruházás négyszer annyiba került, mint a 2004-es olimpia. Ez az összeg évente körülbelül az ország éves GDP-jének 0,3 százalékát jelentette. A beruházásokból mintegy 2 milliárd dollárt költött a sportinfrastruktúra (stadionok és a létesítmények) építésére. A pekingi játékok kapcsán is igazolható (csakúgy mint az athéni olimpia), hogy az olimpia rendezésével kapcsolatos beruházások nagy része, országos fejlesztés volt (Borbély-Müller, 2015) Más gazdasági elemzések írásában arról olvashatunk, hogy az olimpiai beruházások 2002 óta 2,5%-kal járultak hozzá Kína GDP-jének növekedéséhez (Ráthonyi-Odor, 2015). Az összkiadás közel 40%-át környezetvédelmi fejlesztésekre fordították, hiszen a város legnagyobb problémáját a levegőszennyezés jelentette, mely az 1980-as évek óta kimutathatóan folyamatosan romlik.

A 2012-es londoni olimpia rendezési költsége a 2008-as pekingi olimpia rendezési költségével szemben „csupán” 15 milliárd dollárba került. A rendezés költségeit alulkalkulálták, ami eredetileg körülbelül 4 milliárd dollár volt (2,5 milliárd font). Londonban már 2005 után nagyszabású infrastruktúra-fejlesztés, területrendezés indult be. A revitalizáció a gyakorlatban többek közt a fejletlen és sivár kelet-londoni kerületek fizikai és társadalmi revitalizációját jelentette (Preuss, 2015). A Pricewaterhouse Coopers 2005 decemberében kiadott jelentése szerint az olimpia GDP növekedésére gyakorolt hatásából közel háromnegyed a fővárosban fog realizálódni a teljes időszak alatt (2005-2016), illetve csupán egynegyed jut az Egyesült Királyság fővároson kívüli részére. Az eredmények azonban épp fordítva alakultak a prognózishoz képest. Sokkal kifejezettebb lett az olimpia országos hatása, mint amit London tudott belőle profitálni. Az olimpia GDP növelő hatása túlnyomórészt már megjelent, mivel a beruházások már megvalósultak (Dénes, 2012).

1.4. Infrastrukturális beruházások, és közlekedéshálózat fejlesztése

A kiadásoknál a legfontosabb kategória az általános infrastruktúra fejlesztése (utak, tömegközlekedés, szállás, olimpiai falu, stb) és a sportinfrastruktúra (sportlétesítmények, stadionok, pályák, stb) építése. A beruházások a rendező ország számára olyan infrastruktúra fejlesztést jelentenek, amelynek ha nem is rögtön megtérülő haszna van, de közép és hosszú távon hozzájárul a desztináció arculati elemeinek javításához a működő tőke térségbe vonzásához, és a turizmus élénkítésén keresztül a multiplikátor hatása sokszor a rendezés előtti években, az esemény alatt és után is kifejti a hatását. Az alpinfrastruktúra fejlesztése és a szállodai kapacitások bővítése a turistafogadás feltételeit is javítja, mely az esemény utáni években a turizmus szektorban működő KKV-k versenyképességét növeli.

A rendező városokban az útfejlesztési költségvetés nagy részét a játékok szempontjából stratégiai fontosságú fejlesztésekre, leginkább elkerülő utak, létesítményeket összekötő utak, és az olimpiai falut úthálózatának kiépítésére fordították.

1.5. Image építő hatás

A sport nagyrendezvényei, különösen az Olimpia rendezése, jelentősen javítja a rendező ország imázsát, és egyben ezen keresztül hozzájárulhatnak a gazdaság egyes területeinek fellendítéséhez, külföldi tőkebefektetések adott országba vonzásához. Az esemény rendezése kapcsán az országról alkotott pozitív kép olyan előre nem várt gazdasági hasznot is hozhat, mint amit például a görögöknél tapasztaltak. A 2004-es athéni Olimpia rendezése utáni évben a világ legnagyobb kereskedelmi flottájával rendelkező görög tengerhajózás eredményei jelentősen nőttek, elérte majdnem a 41%-ot és meghaladta a turizmusból származó bevételeket is, ami 13,3 milliárd eurós volt.

A Londoni Olimpia kapcsán több irodalom is foglalkozott, az image építő, arcuatteremtő hatással. A CEBR közgazdászai szerint, London gazdaságának éves növekedési ütemét az olimpia hosszútávon érvényesülő hatásai évente 0,6 százalékponttal növelhetik. A becslések szerint London gazdaságának kibocsátási értékéhez 2015-2016-ban – jelenlegi árakon – 1,8 milliárd fontot adhatnak hozzá az olimpiai játékok hosszútávon érvényesülő járulékos hatásai

Más előrejelzések több tízmilliárd font értékű befektetés vonzását jósolják a londoni olimpia hatásaként. Az olimpia óta eltelt egy évben közvetlenül 9,9 milliárd font (3400 milliárd forint) gazdasági haszon származott az Olimpia rendezésének arcuatteremtő hatásából. 2,5 milliárd font ebből a játékok óta a brit gazdaságba érkezett pótlólagos közvetlen külföldi tőkebefektetések értéke; e befektetések 31 ezer állást teremtettek. (HVG, 2012)

2. Az Olimpiai Játékok társadalmi hatásai

2.1. Munkahelyteremtő hatás

Az olimpia rendezése elsősorban a beruházások miatt munkahelyeket is teremt, így segít csökkenteni a munkanélküliséget. Az olimpia lebonyolításához kapcsolódó szervezőmunka eredményez ideiglenes munkahelyeket. A szervezőbizottságnál betöltött munkahelyek átlagban négy évre szólnak, míg a Játékok alatt bizonyos állások csak néhány napig. Los Angelesben 16.250 személy csupán 30 napig dolgozott a szervezőbizottságnál. Szóulban 300 ember 90 napot, 700 személy 60 napot, 12.100 személy 30 napot, 3350 személy 20 napot és 33.500 személy 10 napot dolgozott. Tartós munkahelyek jöhetnek létre az olyan iparágakban, amelyek az olimpia hatására növekednek (építőipar, turizmus, szabadidő- és szórakoztatóipar), vagy az olimpia indukálja őket (pl.: építőipar, szolgáltatási, kereskedelmi, vagyonvédelmi ágazat) (Preuss, 2015).

Az Egyesült Királyságban 2012-ben a munkanélküliség 7,9% -os volt (Világbank, 2012). A 2012-es olimpiát megelőző 4-5 évben az Egyesült Királyság munkanélkülisége körülbelül 5,4% körül mozgott, az olimpiának köszönhetően nőtt az alkalmi munkavállalók száma. Hasonló tendenciát figyelhettünk meg a 2008-as pekingi olimpia idején is, azaz az olimpiai előkészületek során a 2007-es évben volt a legalacsonyabb a munkanélküliség (3,8%) Kínában, mely 2008-ra 4,4%-ra nőtt, vélhetően a munkálatok befejeztével az alkalmi munkások szükségtelenné váltak, melynek eredményeként 0,6 %-kal nőtt a munkanélküliség.

2.2. Turizmus keresletét dinamizáló hatás

A sporteseményeken nézőként, szurkolóként egyre több ember vesz részt, hiszen az élmény, amit a helyszínen kap, fontos ösztönző a sportturisták desztináció-választás motivációjában. Számos irodalom foglalkozik a sportturizmus keresleti kínálati elemeivel,

gazdasági tényezőivel, célcsoportok motivációival (Bácsné, 2014; Bánhidi, 2007; Bánhidi et al., 2006; Borbély – Müller, 2008; Dobay, 2006; Preuss, 2008). Több nemzetközi elemzés és kutatás számol be az Olimpia turisztikai keresletet élénkítő hatásáról is. A tanulmányok elemzik, hogy az olimpia előtt, alatt és az olimpia rendezése utáni években is nőhet a kereslet a turizmus piacán. A sportrendezvény lebonyolítása előtti keresletbővülés volt tapasztalható a Los Angeles-i Olimpiai rendezése előtt. A szervezőbizottság által meghívott személyek 29000 vendégnapot, ebből 19200 vendégéjszakát tölthettek el a városban, ami megközelítőleg 7,5 millió USD összegű autonóm kiadást eredményezett (ERA, 1984). Az Atlanti Olimpiára vonatkozó hasonló adatokból kiderül, hogy 1996-ban körülbelül 18000 vendéget és 69760 vendégnapot számoltak össze, ami mintegy 17,8 millió USD autonóm kiadást jelentene. A Sydney-i Játékok esetében a 39 országból érkező 127 csapat olimpia előtti tréningjei 43,2 millió USD autonóm kiadásból származó bevételt jelentettek Új-Dél-Wales államának. A 2004-es játékok olimpia előtti látogatóinak számát körülbelül 25000 főre becsülték (Borbély – Müller, 2015).

Az Olimpia után egyértelmű turisztikai növekedést mutattak ki Sydney esetében. A turisztikai eladások emelkedése nem ért véget a rendezénysorozat befejezésével. 2000 utolsó három hónapjában, további 189 ezer látogató utazott Ausztráliába, ami 15%-kal több volt, mint az előző év azonos időszakában. A turisztikai bevételek 398 millió dollár többletbevételt eredményeztek. A növekedés, még 2001-ben is érezhető volt (4,7%-os növekedés), amely csak a szeptemberi terrorcselekmények miatt csökkent. Az 1990-es években 4,5 millióan utaztak Ausztráliába, míg az Olimpia után 5-5,5 millióra nőtt a turistaérkezések száma, ami egy jelentős növekmény (Borbély – Müller, 2015).

A VisitBritain és a brit kormány által támogatott médiakampány várható eredményeként az olimpia utáni 4 évben is dinamizálja az ország turizmusát, a turisztikai keresletet élénkíteni fogja. Az előrejelzések 4,6 millióval több látogató érkezését prognosztizálják Londonba, ami 2,3 milliárd fontos többletbevételt jelentene a brit turizmus számára. Természetesen minderre nincsenek egyértelmű garanciák, hiszen a turizmus iparág nagyon sok külső tényezőtől függ (gazdasági válság, biztonság stb.) (Felföldi, 2012). Jelentősek Nagy-Britannia esetében a turistaérkezések növekedésével összefüggő eredmények és bevételek, amiknek hozzáadott értékét az olimpia alatt, illetve utána (2013-2016) összesen 762 millió fontra tehető (Dénes, 2012).

2.3. A lakosság életminőségére, egészségtudatos szemléletmódjára gyakorolt hatás

Tóth (2012) az olimpia hatására kialakuló aktívabb életmódot választó társadalomról számol be a Deloitte tanulmány alapján. A brit lakosok körében 16-35 év közötti 2000 fő körében végzett kérdőíves kutatás eredményei arról számolnak be, hogy egyértelműen pozitív olimpiai kihatás tapasztalható a testmozgást illetően. A fiatalok 50%-a kíván aktívabb életet élni az olimpiának köszönhetően. 18% tervezi, hogy elkezd sportolni illetve új sportágat vagy mozgásformát választ. A megkérdezettek 27%-a szándékozik még gyakrabban sportolni, különböző mozgásprogramban részt venni. A különösen elszántak (5 %) egyszerre tervezik egy új sportág elsajátítását és annak üzését a lehető legmagasabb gyakorisággal. További 27% gondolta úgy, hogy nem változtat a sportolási szokásain az olimpia hatására, míg a fennmaradó 23 % egyáltalán nem mutat érdeklődést a testmozgás iránt.

A brit olimpia csapat kerékpárban történő kimagasló sikereinek köszönhetően 46%-a az új sportágat választóknak a kerékpározást adta meg alternatívaként, mint új mozgásformát, míg 40% említette az úszást és 30% tervezi, hogy ezentúl konditerembe edz.

Az olimpia utóhatása érezhető egész Nagy-Britanniában, mivel az ország minden régiójában elmondható, hogy a válaszadók 40%-a érez inspirációt egy aktívabb élet megvalósítására. Ami még jobb hír a lakosság számára, hogy a fiatalabb korosztály [16-18 év]

számára a játékok inspiratívabban hatottak, mivel 63%-uk tervez testmozgást végezni az olimpiának köszönhetően.

Az életmód-alakító funkció is megtakarítást eredményezhet azáltal, hogy a lakosság egészségi állapota javulhat. Csökkenhet a fizikai inaktivitás következtében (elhízás, 2-es típusú cukorbetegségek, szív- és érrendszeri megbetegesések) keletkező egészségügyi kiadások mértéke és produktívabb termelőerő alakulhat ki. A WHO adatai szerint az Egyesült Királyságban az elhízott és túlsúlyos személyek a lakosság 61%-át teszik ki, ebből 25%-uk az elhízott kategóriába sorolható. A fizikai inaktivitásnak és az ebből származó betegségeknek igen komoly társadalmi terhei vannak. Ács et al. (2012) több nemzetközi kutatást elemez a témában, ahol az Egyesült Királyságban PAR módszerrel vizsgálták, hogy a fizikai aktivitás növelése a lakosság körében 8, 2 milliárd Font megtakarítást eredményezne.

2.4. Környezeti hatások

A '90-es évek közepétől, a sporttársadalom környezetvédelem iránti szorosabb elkötelezettségét mutatja, hogy megalakult a NOB Környezetvédelem és Sport Bizottsága (1995), és, hogy az Olimpiai Charta módosításra került (1995), mely keretén belül a környezetvédelem, mint az Olimpiai Mozgalom 3. pillérének deklarációja – a sport és kultúra mellett – megtörtént (Ráthonyi-Odor – Ráthonyi, 2016). A jelenleg érvényben lévő Olimpiai Charta kimondja, hogy az olimpiát olyan feltételek között kell megrendezni, melyek biztosítják a környezet védelmét, a környezeti problémák iránti felelős hozzáállásra, és olyan lépések megtételére ösztönzik az Olimpiai Mozgalmat, melyek eredményeként ez a felelősség megjelenik a mozgalom tevékenységében, és a mozgalommal kapcsolatban álló embereket a fenntartható fejlődés fontosságára tanítja (Preuss, 2015). Az elmúlt 40 évben számos olyan intézkedés született, mely elősegítette az egész Olimpiai Mozgalom zöldebbé tételét, továbbá felhívta a figyelmet az Olimpiák környezettudatosságának növekvő jelentőségére.

Sydney-ben környezetvédelmi szempontból a szervezőbizottság érdeme közé sorolhatjuk például, hogy ahol csak lehetett újrahasznosított építési anyagokat használtak; a használt vizet tisztítás után mosdók öblítésére, öntözésre használták fel; nagy gondot fordítottak az őshonos fauna és flóra védelmére; energiafogyasztás csökkentése érdekében optimalizálták a szellőztetők működését és törekedtek a természetes megvilágítás lehetőségeinek kihasználására (Ráthonyi-Odor, 2015; Sydney Olympic Park Authority, 2004).

Peking összességében 17 milliárd dollárt költött a 2008-as Olimpiai Játékokhoz kapcsolódó környezetvédelmi fejlesztésekre. Közel 12 milliárd dollárba kerültek a városi környezeti fejlesztések, 2,6 milliárd dollárba a különféle kibocsátási határértékek ellenőrzése, továbbá jelentős költségtényezőként jelentek meg például az ezekhez szükséges eszközbeszerzések, monitoring, oktatás (UNEP, 2009). A jelentés szerint a levegőtisztaság javulását leginkább a tömegközlekedés (elsősorban kötöttpályás) infrastruktúrájának fejlesztésével, és járművek kibocsátási határértékeinek szabályozásával, valamint a motorok használatának korlátozásával érték el. Utóbbira azért is volt szükség, mert 1997 óta évente 15%-kal nő a motorok aránya az utakon, ami 2008 júliusában 3,3 millió motort jelentett a városi közlekedésben.

Sochi-ban a szervezőbizottság az UNEP-pel együttműködve dolgozta ki a terület környezetvédelmi programját, mely magába foglalta az ökoszisztémák védelmét, és a Játékok utáni területrendezés feladatait is. A Játékok kivitelezésének egyik alappillére például a „zöld” építészeti szabvány, a SERR (Supplementary Environmental Requirements and Recommendations) alkalmazása volt. A SERR részei kiterjedtek az energia- és víztakarékossági, építészeti és területtervezési, károsanyag-kibocsátási és hulladékgazdálkodási szabályozásokra, valamint zöld megoldások ajánlására is az építőipar számára (Bohó et al., 2015). Fontos azonban megemlíteni, hogy a törekvések ellenére az

építkezéseket – véleményünk szerint jogosan – számos kritika érte (erdőirtás, folyók szennyezése).

Befejezés

Tanulmányunkban lehatároltuk a sportesemények által létrehozott örökségeket és pontosítottuk az Olimpiai Játékok által generált örökségek fajtáit, az 5 eseménystruktúrát. Áttekintettük, hogy az Olimpia rendezésével járó változások milyen (pozitív vagy negatív) módokon hatnak az érintettekre és a hatások létjogosultságát gyakorlati példákkal igyekeztünk igazolni.

Az örökségek fennállásának időtartalma és hatása változó. Az érzelmek vagy a politikai hírnév rövid életű, míg az infrastrukturális beruházások élettartalma nagyon hosszú. Idővel egy pozitív hatású örökség negatív hatásúvá is válhat, és fordítva. Összességében elmondható, hogy az örökség növeli a jövőbeni lehetőségek kihasználásának esélyeit, azonban örökségről csak akkor beszélhetünk, ha valóban sor kerül a lehetőségek kihasználására (használati érték), hiszen e nélkül hogyan is jöhetne létre egyfajta újabb hatás?

Az Olimpiák gazdasági hatását elemezve megvizsgáltuk, hogy a II. világháborútól napjainkig hogyan változott a szervezésre fordított összegek nagysága, és kitértünk a túlköltés – alultervezés problematikájára. Sajnos úgy tűnik, hogy az olimpiák költségét a szervező országok alábecsülik, és jellemzően alultervezik. Az esetek 10-20 %-ban sikerül a tervezett költségeken, vagy az alatt maradni, legtöbbször azonban jelentősen túllépik az előzetesen tervezett keretet. Az olimpiák rendezésének egyik legmarkánsabb gazdasági hatása leginkább az infrastruktúra fejlesztésnek és beruházásnak köszönhető. Az olimpiai beruházások 2002 óta 2,5%-kal járultak hozzá a rendező ország GDP-jének növekedéséhez. Nem hagyható figyelmen kívül, hogy az Olimpia rendezése, jelentősen javítja a rendező ország imázsát is, melyen keresztül hozzájárulhatnak a gazdaság egyes területeinek fellendítéséhez, külföldi tőkebefektetések adott országba vonzásához.

Az olimpia kapcsán az alpinfrastruktúra fejlesztés viszonylag nagy összegeket emészt fel, de ezek az esemény utáni elkövetkezendő években segítenek a lakosság életminőségének javításában, a külföldi-működő tőke vonzásában és az image javításával több turistát vagy akár befektetőt vonzhatnak. Tény, hogy az Olimpia előkészületi szakaszában a beruházások gazdaság-élénkítő hatása, a turisztikai többletkereslet vagy a turizmus multiplikátor hatásai a legkifejezettebbek. Az esemény rendezése az ország image növelésén és arculatteremtő hatásán keresztül a külföldi működő-tőke vonzásával vagy a különböző megrendelésekkel az esemény utáni években is dinamizálhatják a gazdaságot.

Az olimpia és ennek eszmeisége, a sportolói példaképekkel kiemelkedő hatással van a felnövekvő nemzedék és az egész társadalom életmódjára, fizikai aktivitására. Az olimpiai eszme, mint a béke és a népek egymás mellett élésének szimbolikus megtestesítője és pozitív üzenetek hordozója a nevelés kiváló eszköze és egyben színtere is lehet.

A tanulmány elkészítését a GINOP-2.3.2-15-2016-00005 számú projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Regionális Fejlesztési Alap társfinanszírozásával valósult meg.

Irodalom

Ács, P., Paár, D., Hécz, R. Stocker M. (2012) Financial burden of metabolic diseases and physical inactivity. Opportunities for saving in the budget of National Health Insurance Fund. In: Szóts, G. (ed.): The grades of fitness as contributors to risks of morbidity. 4th Booklet of the Hungarian Sport Science. Akadémiai Kiadó, Budapest.

B. Bába, É. (2014) Hallgatók, Buli, Campus.-felsőoktatási hallgatók fesztivállátogatási szokásainak vizsgálata a Campus fesztiválon. In. Turizmus Bulletin. 2014/2. 34-41.p.

Bánhidi, M., Dobay, B., G. Starhon, K., Edvy, L.(2006) Kutatási programok a földrajzi környezet és sport összefüggéseinek megismeréséhez. Napjaink környezeti problémái - globálistól lokálisig Pannon Egyetem, Georgikon Kar, Keszthely 2006.

Bánhidi, M. (2007): Sporttudomány és turizmus. Magyar Sporttudományi Szemle. 30. évfolyam, 2. szám, 32-38.

Bohó, T., Kálóczy, M., Kézsmárki, É., Kovács, Á., Mátai, B., Mikula, A., Riesz, L., Siegler, Sz. (2015) Sport és környezet – a tizenhat kiemelt olimpiai sportág fenntarthatósági aspektusai. MOB Környezetvédelmi és Fenntartható Fejlődés Bizottság, Budapest, 100-115.

Borbély, A., Müller, A. (2015) Sport és Turizmus. Campus Kiadó, Debrecen.

Brunet, F. (1995) An Economic Analysis of the Barcelona '92 Olympic Games. Resources, Financ-ing and Impact. [online, cited 2017-02-10] <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp030_eng.pdf>

Dobay, B. (2007) Szlovákia sportturisztikai adottságai oktatási intézmények számára. Medzinárodná konferencia DIDMATTECH 2006 – Komárno 2007, 324 – 330.

Felföldi, R. (2012) Visszaszámlálás: a londoni olimpia gazdasági-turisztikai kilátásai 2012. [online, cited 2017-02-10] <http://kitekinto.hu/europa/2012/07/27/visszaszamlalas_a_londoni_olimpia_gazdasagi-turisztikai_kilatasai/#.VOClb6Q5Dcs>

Flyvbjerg, B. Stewart, A. (2012) Olympic Proportions: Cost and Cost Overrun at the Olympics 1960-2012 Saïd Business School Working Papers, Oxford: University of Oxford. [online, cited 2017-02-10] <[http://eureka.sbs.ox.ac.uk/4943/1/SSRN-id2382612_\(2\).pdf](http://eureka.sbs.ox.ac.uk/4943/1/SSRN-id2382612_(2).pdf)>

Flyvbjerg, B., Budzier, A., Stewart, A. (2016) The Oxford Olympics Study 2016: Cost and Cost Overrun at the Games, Working Paper, Saïd Business School, University of Oxford. [online, cited 2017-02-10] <<http://eureka.sbs.ox.ac.uk/6195/>>

Holger, P. (2015) Olimpia és gazdaság – minden, amit a pályázó városoknak tudniuk kell. Szekszárdi Nyomda, 13-27., 274-283.

Központi Statisztikai Hivatal: Statisztikai tükör -a humán fejlettségi mutató, II. évfolyam 85. szám. [online, cited 2017-02-10] <<http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/jel/jel308042.pdf>>

Mandell, R. (1976) The First Modern Olympics, Berkeley, University of California Press, 1976. Official Report, Volume 2, p 59, 88.

Olimpia 2012 megvalósíthatósági tanulmány. [online, cited 2017-02-10] <http://www.flowpr.hu/bom/pwc_tanulmany/05_Infrastruktur%C3%A1llis%20fejleszt%C3%A9sek%20%C3%A9s%20finansz%C3%ADroz%C3%A1s.pdf>

Pound, R. W. (1990) "Economic Aspects of Hosting Major Sports Events," Sport, The Third Millennium, eds. Landry, Fernand; Landry Marc and Yerles, Magdeleine, Quebec City, Proceedings of the International Symposium, 1990, 359-363.

PricewaterhouseCoopers: Budapesti olimpia megvalósíthatósági tanulmány. [online, cited 2017-02-10] <http://www.privycouncil.hu/bom/bom_pwc_0702.pdf>

Ráthonyi-Odor K. (2015) Sportökológia, Campus Kiadó, Debrecen 7-23. 46-53. 56-68.

Ráthonyi-Odor K., Ráthonyi G. (2016) Környezetvédelmi kihívások a sportban, Journal of Central European Green Innovation 4., 2. pp. 103-119.

Sydney Organising Committee for the Olympic Games(2001)Official Report, Volume 1, p 274. [online, cited 2017-02-10] <<http://www.la84foundation.org/>>

Tóth, B. (2012) Aktívabb társadalom az olimpia hatására. In: Sportsmarketing. [online, cited 2017-02-10] <<http://sportsmarketing.hu/2012/09/03/aktivabb-tarsadalom-az-olimpia-hatasara/>>

Tóth, B. (2012) A Londoni Olimpia gazdasági hatásai. [online, cited 2017-02-10] <<http://sportsmarketing.hu/2012/05/31/a-londoni-olimpia-gazdasagi-hatasai/>>

Ueberroth, P. (1985) Made in America. New York, William Marrow & Company, 59-76, 343-344.

Vass, L. Idegenforgalmi bukta az olimpia, [online, cited 2008-08-22] <<http://www.origo.hu/utazas/20080822-pekingi-olimpia-a-vartnal-joval-kevesebb-turista.html>>

Vass, L. Olimpia: Pekingben nem ismerik a lehetlent. [online, cited 2008-03-24] <<http://data.worldbank.org/>>

Wallechinsky, D.(1991) The Complete Book of the Olympics, London, Aurum.

Zarnowski, C.F. Mount St. Mary's: A look at olympic costs. College Emmitsburg, Maryland 21727 USA [online, cited 2017-02-10] <<http://library.la84.org/SportsLibrary/JOH/JOHv1n1/JOHv1n1f.pdf>>

A szerzők elérhetőségi címük

Dr. Biró Melinda PhD főiskolai docens

Sporttudományi Intézet, Természettudományi Kar, Eszterházy Károly Egyetem

Leányka út 6. Eger. 3398

biro.melinda@uni-eszterhazy.hu

Dr. habil. Müller Anetta PhD főiskolai tanár

Sporttudományi Intézet, Természettudományi Kar, Eszterházy Károly Egyetem

Leányka út 6. Eger. 3398

muller.anetta@uni-eszterhazy.hu

Dr. Ráthonyi–Ódor Kinga PhD adjunktus

Sportgazdasági és -menedzsment Tanszék, Gazdaságtudományi Kar, Debreceni Egyetem

Böszörményi út 138. Debrecen, 4032

rathonyi-odor.kinga@econ.unideb.hu

Dr. Ráthonyi Gergely PhD *ügyvivő-szakértő*

Alkalmazott Informatika és Logisztika Intézet, Gazdaságtudományi Kar, Debreceni Egyetem,

Böszörményi út 138. Debrecen, 4032

rathonyi.gergely@econ.unideb.hu

Dr. Bácsné dr. habil Bába Éva PhD docens

Sportgazdasági és -menedzsment Tanszék, Gazdaságtudományi Kar, Debreceni Egyetem

Böszörményi út 138. Debrecen, 4032

bacsne.baba.eva@econ.unideb.hu

PaedDr. Dobay Beáta PhD adjunktus

Testnevelés tanszék, Tanárképző Kar, Selye János Egyetem

Bratislavská cesta 3322, Komárno, SK-94501

dobay.beata@selyeuni.sk