



Prof. Dr. Csath Magdolna

PROF. DR. CSATH MAGDOLNA

Kultúra és versenyképesség

Bevezető gondolatok

Közgazdászként elsősorban versenyképességgel és innovációval foglalkozom. Hogyan kerül akkor szóba a kultúra? Valójában nagyon egyszerűen. A versenyképesség ugyanis nemcsak a gazdaságról szól. Mérték sem csak az ismert bruttó hazai termék (GDP) mutatóval lehet. A versenyképesség átfogó, sok mindent magában foglaló definíció. Különösen érdekes kérdése, hogy egy ország mivel is tud versenyezni. Azt állítom, hogy a kultúra, főleg egy olyan gazdag kultúrával rendelkező ország esetén, mint Magyarország, komoly versenyképességi tényező, mondhatni jelentős versenyelőnyt jelenthet. Ehhez természetesen folyamatosan be kell fektetni a kultúrába és annak intézményrendszerébe is. A továbbiakban megvizsgáljuk, hogy milyen értékei lehetnek a kultúrának gazdasági és versenyképességi szempontból. Megvilágítjuk továbbá néhány számmal a jelenlegi helyzetet, és javaslatokat fogalmazunk meg a kultúra versenyképességét javító szerepének növelhetőségével kapcsolatban.

Mit is értünk a kultúrán és a versenyképéségen, különös tekintettel a két fogalom összefüggéseire?

A kultúrán ebben az összefüggésrendszerben a nemzeti hagyományokat, az épített örökséget és a folyamatosan keletke-

ző új értékeket értjük, de beleszámítjuk a kultúrával foglalkozó intézményrendszert (művelődési házak, múzeumok, színházak, stb.) is. Tágabb összefüggésben talán még a kultúra megbecsülésének képességét is ide sorolhatjuk, hiszen a múlt, a kulturális hagyományok megőrzése és megbecsülése, a fiataloknak történő továbbadása, örökítése nagyon fontos a közművelődés aspektusában. De hogyan is kapcsolódik össze a kultúra és versenyképesség? Milyen értékei lehetnek a kultúrának gazdasági és versenyképességi szempontból?

Ahhoz, hogy meg tudjuk közelíteni ezt a témát, egy-két mondatot el kell mondanunk arról is, hogy egyáltalán mi az a versenyképesség. Először is, ez nem kizárólagosan vállalati kategória. A vállalatoknál nagyon világos, hogy mit kell érteni versenyképességen: a központi kérdés az, hogy miben akar a cég jobb lenni másoknál, és azzal, amiben jobb, hogyan tud több új értéket teremteni. Na de mi a helyzet nemzeti szinten? Ott is ugyanazt értjük a versenyképesség alatt? Véletlenül sem. Ennek ellenére ezt a két fogalmat nagyon gyakran összekeverik. Ha egy osztály vagy német kolléga megkérdezi tőlem, hogy Magyarország miben versenyképesebb, mint más nemzetek, akkor nem biztos, hogy azzal kezdek el dicsekedni, hogy nálunk gyorsan nő a megtermelt bruttó hazai érték (GDP). Olyan jellemzőket keresnék, amelyek miatt jó dolog itt élni. Mi jó a társadalom tekintetében

hazánkban? Például ilyen szempont lehet a gazdag kulturális közeg. Abból a perspektívából is nézhetjük a nemzeti szintű versenyképességet, hogy a magyar emberek mennyire érzik jól magukat a bőrükben, milyen az életminőségük?

Természetesen az is fontos, hogy milyenek a jövedelmek, hogyan alakulnak a bérek, viszont ez nem elég! Mert lehet, hogy a bérünk nem is olyan magas, de jobb az életminőségünk, amihez hozzájárulhat a kultúra és a kulturális intézményrendszer. Ez pedig azt jelenti, hogy emberi, társadalmi nézőpontból is kiváló a versenyképességünk.

Vannak olyan országok, ahol nemcsak a GDP adatokat, hanem az életminőséget is mérik, amikor versenyképességet elemeznek, ilyen ország például Nagy-Britannia. Ott már egy ideje az ország helyzetének elemzésére sokkal több, nemcsak mennyiségi, hanem minőségi mutatókat is használnak. De ilyen ország Bhután is, ahol egyáltalán nem foglalkoznak a GDP-vel. Ha egy befektető érkezik hozzájuk, akkor megkérdezik tőle, hogy milyen tevékenységet szeretne folytatni, és hogy ezek a tevékenységek milyen hatással lesznek az emberekre és a környezetre, ugyanis a környezetünk állapota is jelentősen összefügg az életminőségünkkel. Meghatározó, hogy tiszta levegőben tudunk-e élni, vannak-e erdeink, virágaink és így tovább. Ebből kifolyólag nem is használják a GDP mutatót, hanem helyette egy úgynevezett bruttó nemzeti boldogság mutatót számítanak. Ez a GNH mutató (Gross National Happiness). Mi tartozik ebbe bele? Például a nemzeti kultúra megőrzése. Emellett vizsgálják a közösség erejét és a közösségépítés eredményeit is, hiszen a versenyképesség fontos feltétele a közösség ereje, amit a szakmai kifejezésben társadalmi tőkének nevezünk. Tehát ha például állandóan egymásnak feszülnek az emberek, ha lerontják a bizalmi szintet vagy az együttműködési képességet, akkor tönkreteszik a társadalmi tőkét és ezzel rontják a nemzeti versenyképességet is.



Vajon versenyképesnek tekinthető-e az az ország, ahol – bár robbog a gazdaság és nő a GDP de – romlik az emberek egészségi állapota? A bhutániak szerint nem, ezért vizsgálják az emberek egészségi állapotát és a tiszta, egészséges környezet fenntarthatóságát is. Mindezek mellett még egy lényeges dologra ügyelnek, ami nem más, mint a spiritualitás, a lelki egészség. Ezeket a tényezőket a bhutániak jelentősebbnek tartják, mint a GDP állandó növelését. Egyébként orvosi vizsgálatokkal bizonyított tény, hogy az étellel való megelégedettség, a jó életminőség, a kulturális javak elérhetősége jó hatással van az egészségi állapotra is. Köztudott, hogy Magyarország a várható élettartam tekintetében majdnem az utolsó helyen van az Európai Unióban, pedig a GDP növekedése tekintetében jól teljesít. A boldogság

indexek vonatkozásában viszont nem állunk túlzottan fényesen, lehet, hogy ez is hatással van az egészségi állapotunkra, a várható élettartamunkra. Valószínűleg igaz, amit az orvosok és a pszichológusok állítanak, hogy ha az ember jól érzi magát a bőrében, ha elégedett az életével – ami természetesen nem csak a megfelelő fizetést jelenti, hanem az egész környezet minőségét, amelyben élünk, – az az egészségi állapotunkra is jó hatással van. A környezetünknek fontos eleme a kultúra, amely közösséget is teremt és támaszként is szolgál. Kiváltképp nagy szerepe van a lemaradottabb régiókban, ahol reményt ad, erőt biztosít a nehézségek leküzdéséhez. Ezért sokszorosan esszenciális a kultúra és a népművelés intézményei a kevésbé fejlett régiókban, kisvárosokban, falvakban. Végül ne feledjük, a kultúra erősíti a nemzeti identitást, a nemzethez való kötődést, ami stabilitást ad a közösségeknek, mely szintén fontos nemzeti versenyképességjavító tényező. Bizonyított az is, hogy válságos időkben a kulturális terület a legstabilabb, mert az erős gyökerek, a hagyományok, a kötődés segíti a válságok kezelését.



Miért lehet a kultúra érdekes az üzleti világnak?

Ígényes cég az a cég, amelyik jó munkahelyet teremt, és nem feltétlenül azért működik egy országban, mert ott nagyon sok ingyen pénzt kap, valamint mert ott olcsó a munkaerő. Az ígényes cégnek nagyon fontos az is, hogy legyen – tágabb értelemben – kulturált a környezet. Ebbe beleértjük a kultúrához való hozzáférést, a színházat, a mozit, a hangversenyeket, de a jó iskolát és egészségügyet is, hiszen az ígényes munkáltató azzal is törődik, hogy a munkavállalói jól érezzék magukat a bőrükben. De hogyan lehet elérni, hogy egy országban minél több így gondolkodó vállalat legyen? Szakmai szóhasználatlaltal, hogyan lehet rávenni a cégeket arra, hogy társadalmilag is felelősen viselkedjenek, és ne csak a saját profitérdekeikkel törődjenek? Végeztünk egy kutatást a Pázmány Péter Katolikus Egyetemen, amelynek során megkérdeztük, hogy mit értenek a mintában lévő cégek társadalmi felelősségvállaláson, valamint hogy mit tesznek ezen a területen. Azt tapasztaltuk, hogy a témát alapvetően a magyar munkáltatók vették legkomolyabban, és közöttük is elsősorban a kicsi és közepes méretű vállalkozások voltak azok, amelyek a munkavállalóikért, sőt a közvetlen környezetükért, az ott élő

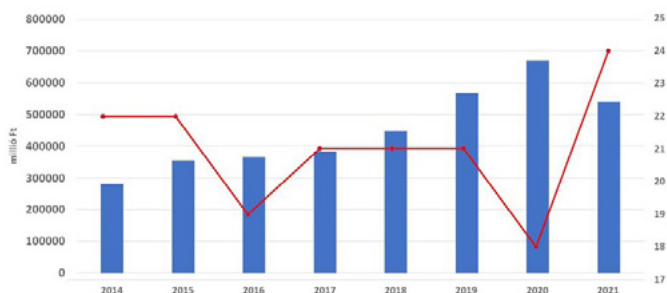
közösségekért a legtöbbet tették. Ennek az lehet az oka, hogy az itt működő külföldi cégek csak egy nagyobb vállalat részlegei, telephelyei, leányvállalatai, ezért a döntések nem itt születnek, nagyon gyakran a pénzügyi források sem itt kerülnek megtervezésre. Az igazi döntéshozók távol vannak tőlünk, a helyi vezetők pedig nem dönthetnek anyagi kérdésekről. Ez egyben azt is jelentheti, hogy a közösségi kapcsolatok, a társadalmi felelősségvállalás is „otthon”, a cég központjában igazán erős. Valószínűleg azonban ezen a területen változás várható, mivel egyre nehezebb lesz csak bérrel megtartani a jó munkatársakat. A munkavállalók, különösen a fiatalabb generáció elvárja a munkaadótól a helyi felelős viselkedést, beleértve a kultúra támogatását is.

Térjünk vissza arra, hogy miért jó még a gazdaság, és most már a makrogazdaság szempontjából a kultúra támogatása. A kultúra összefügg a kreatív ágazatokkal, azonban a kreatív ágazatok fogalma tágabb mint a kulturális tevékenységeké, bár nagy a kettő között az átfedés. A kreatív ágazatokban jelentős hozzáadott érték keletkezik, szemben a tipikus összeszerelő tevékenységekkel, amelyek esetén alacsony a helyben hozzáadott új érték, beleértve a béreket is. A nagy tudástartalom, a magasabb szintű érték teremtése meg tud jelenni az exportban is. Sajnos ezen a területen gyengék az eredményeink. Az Európai Unió statisztikai hivatala szerint a kulturális termékek exportja tekintetében az utolsó előtti helyen vagyunk, csak Románia áll mögöttünk. Hogyha megnézzük az ország export tevékenységét, azt látjuk, hogy tipikusan nem a kulturális tevékenységeknek az eredményeit, hanem azokat a termékeket – például járműveket –, amelyekhez szinte mindent külföldről hoznak be, a magyar munkavállaló ezeket az egységeket késztermékké szereli össze, majd a külföldi cég hazaviszi (ezt tekintik a statisztika exportnak) és eladja a világpiacon. Itthon az egész folyamatból az alacsony bérek maradnak. Hiszen az itt megtermelt profit is visszavándorol a cégek külföldi központjába (profit repatriálás) és nem használható fel itthon. Ezzel szemben a kreatív-kulturális ágazatokban a teljes folyamat hazánkban zajlik, és az adók is itt maradnak. Az ezekben az ágazatokban megszülető termékek exportja jelentősen hozzájárulhatna a helyi fejlődéshez, valamint a nemzeti ipar, a nemzeti gazdaság erősödéséhez.

A kulturális ágazat néhány gazdasági jellemzője

Nézzünk meg néhány, a kulturális ágazattal és intézményrendszerrel kapcsolatos fontos statisztikai adatot!

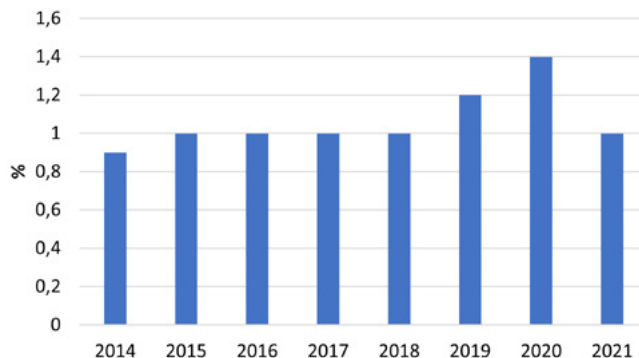
1.ábra A költségvetés kulturális kiadásai (folyó áron, millió Ft) és ebből a művelődési intézmények részesedése (%)



Forrás: KSH

Az első ábrán a költségvetés kulturális kiadásait látjuk a 2014-2021 közötti időtávon, folyó áron, ami azt jelenti, hogy az infláció nincs az adatokból kiküszöbölve. Baloldalon az értékeket millió forintban adjuk meg. A piros vonal azt mutatja, hogy ennek az értéknek hány százaléka az, amit a művelődési intézmények kaptak. Láthatjuk, hogy van egy szépen felfelé ívelő, növekvő összegsor, majd van egy 2021. évi jelentős csökkenés, ami valószínűleg összefügg a pandémiával is. Hogy néz ki ez GDP arányosan?

2.ábra A költségvetés kulturális kiadásai a GDP %-ában, 2014-2021



Forrás: KSH

0,9 százalék körüli GDP arányos értékről indultunk 2014-ben, mely értéke 2019-ben és 2020-ban felfelé ívelt, majd 2020-ban elérte az 1,4 százalékot. Ezután visszaesett 1% körüli értékre. Hogyha az adatokat nemzetközi összehasonlításban nézzük, akkor azt látjuk, hogy Magyarország a középmezőnyben helyezkedik el, tehát vannak olyan országok, ahol ennél sokkal többet költenek GDP arányosan a kultúrára, valamint vannak olyan is, amelyek sokkal kevesebbet.

3.ábra Néhány kulturális adat

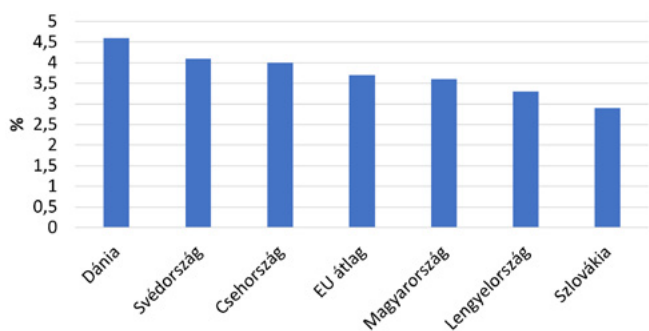
| Termék | 2011 | 2021 | Változás |
|---|-------|-------|----------|
| Ismertetőcszűtő rendezvények száma | 33509 | 19421 | -14088 |
| Alkotó művelődési közösségek száma | 13934 | 11319 | -2615 |
| Alkotó művelődési közösségek tagjai (ezer fő) | 366 | 201 | -165 |
| Közösségi rendezvények száma | 45060 | 40900 | -4000 |
| Közösségi rendezvények résztvevői (ezer fő) | 7133 | 4895 | 2238 |

Forrás: KSH

Néhány konkrét adatot látunk 2011-re és 2021-re vonatkozóan a harmadik ábrán. Minden felsorolt rendezvény esetén csökkenés a jellemző. Valószínű, hogy az okok között itt is hangsúlyozottan szerepel a pandémia, de talán az is, hogy a gazdasági problémák kezelésére szánt megnövekedett kiadások miatt kevesebb jutott kulturális eseményekre, közösségépítésre.



4.ábra Kultúrában foglalkoztatottak aránya néhány országban az összes foglalkoztatottból (%)



Forrás:Eurostat

A negyedik ábra különösen fontos adatokat tartalmaz. Korábban említettük, hogy a kreatív ágazatok kreatív munkahelyeket teremtenek, olyanokat, ahol valószínűleg az emberek jobban érzik magukat, mintha mondjuk egy futószalag mellett kellene dolgozniuk három műszakban egy gyárban. Ilyen módon nagyon fontos, hogy egy országban hány embernek van arra lehetősége, hogy kreatív munkahelyen dolgozzon, melyhez elegendő számú kreatív munkahely szükséges. A „gazdasági tortát”, azaz a teljes teljesítményt növelni lehetne azzal, ha több ilyen cég jönne létre. Ezzel nőhetne a meghatározó mértékű hozzáadott értéket teremtő munkahelyek száma, ide tartoznának például a kulturális álláslehetőségek. A negyedik ábrán azt látjuk, hogy az összes foglalkoztatotthoz viszonyítva a kulturális területeken dolgozók aránya éppen azokban az országokban a legmagasabb, amelyek a legversenyképesebbek. Ilyen például Dánia és Svédország, melyek a versenyképességi listák elején állnak, illetve amelyekre a hozzáadott értékkel való versenyzés a jellemző.



Összefoglaló gondolatok

Amit hangsúlyozni szerettem volna, az az, hogy óriási kihasználatlan lehetőség Magyarországon a kultúra. Ugyanis állandóan a termelésre, a tőke bevonásra gondolnak azok, akik döntenek, és elfelejtik, hogy vannak olyan egyéb nemzeti lehetőségek is, melyek támogatásával és hasznosításával az életminőséget és az egészségi állapotot javítani, valamint a társadalmi összefogást erősíteni lehetne. Ezzel pedig többlet gazdasági eredményt is el lehetne érni, hiszen a kreatív ágazatok, a kultúra és intézményrendszerének támogatása jelentős új értéket hozna létre, amely nemcsak helyben teremődik, de helyben is marad, ezért helyben hasznosítható. Nem mellékesen a költségvetési hiányt is csökkenteni lehetne, ha nemcsak az összeszerelésen alapuló alacsony helyi hozzáadott értéket előállító termékek exportja jellemezné a magyar gazdaság teljesítményét, hanem sikerülne kulturális eredményeinket – amelyeknek jelentős az új érték tartalma – sikeres export terméké alakítani. Ehhez azonban több beruházásra lenne szükség a kreatív, kulturális ágazatokban, hogy növekedni tudjon a kultúra területén működő cégek és az ezek által teremtett új munkahelyek száma.

Végezetül szeretnék idézni egy Dobónak tulajdonított gondolatot: „A falak ereje nem a kőben van, hanem a védők lelkében.”

DR. CSATH MAGDOLNA

A Pázmány Péter Katolikus Egyetem kutatóprofesszora, Szent-Györgyi Albert díjas egyetemi tanár, „A magyar gazdaságért”, a Magyar Érdemrend tisztikeresztje és a Magyar Érdemrend középkeresztje polgári tagozat kitüntetettje, a 2023-ban megszűnt Nemzeti Versenyképességi Tanács tagja. Fő kutatási területe a versenyképesség és az innováció. Kiemelt figyelmet fordít munkáiban a magyar mikro-, kis- és közepes méretű vállalatok fejlesztésére. Szakmai és tudományos fórumok rendszeres résztvevője, de gyakran szerepel a médiában is. Számos hazai és nemzetközi publikáció szerzője.



SZÍN

