

**A jövő útjai: fenntarthatóság, innováció...**  
**Tudományos Konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe keretében**  
**a Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Karon**  
**2009. november 25.**

**Plenáris ülés**

A plenáris ülés tematikájának középpontjában az innováció társadalmi, pénzügyi, környezeti és specifikus turisztikai-idegenforgalmi ágazati feltételei álltak.

**Dr. Vass László rektor úr nyitó előadásában** társadalmi kérdések között fontos szerepet kaptak az igazgatástudományi vonatkozások. A közigazgatási problémák elemzése során megállapította, hogy társadalmi megújulásunk, a technikai és gazdasági innovációk kibontakoztatásának egyik döntő feltétele a kormányzati humán erőforrások válságkezelési és innovációs potenciáljának mindenkorli létrehozása, óvása és fejlesztése. Ehhez szükséges többek között az irányítási dichotómia alapvető modelljeinek, és a „mobilizer” és „stabilizer” irányítási funkcióknak megértése, valamint egyúttal e funkciók megfelelő szétválasztása. A politikának, a szakpolitikának, a közigazgatásnak nem utolsósorban a közvélemény számára is világosan elkülöníthetőnek kell lennie. Hangsúlyozta továbbá, hogy a közigazgatási eredmények kommunikációjának a tájékoztatás és a további fejlődés előmozdítása mellett a közszféra teljesítményének visszaigazolását, s semmi esetre sem kampánycélokat kell szolgálnia.

**Dr. Botos Katalin professzor asszony előadásában** a megújulás pénzügyi feltételeinek, jelen és közel-jövőbeni mozgásterének elemzése széles történeti kontextusba került. Hazai viszonyainkra utalva amellet érvelt, hogy korunk innovációs problémái közül számos meghatározónak a gyökerét a rendszerváltozás, mint transzformáció körül kell keresni. A téma kifejtése során világossá váltak az elmúlt történeti időszak nagy részében érvényesülő negatív pénzügyi spirál okai. A gazdaság jelen szerkezete, a jelentős részben az értékfolyamatok és reálfolyamatok szétválása miatt bekövetkező globális válsághatások mellett nincs „királyi út” az innováció és fejlődés pénzügyi feltételeinek megoldására. Előadásának végső következtetése, hogy meg kell szívnálni az állam „helyére való visszahelyezésével” kapcsolatos nemzetközileg is teret nyert szakmai véleményeket, s ez segíthet abban, hogy megfelelő gazdaságpolitikával az adósság az idők folyamán „kinőhető” legyen.

**Dr. Nováky Erzsébet professzor asszony** előadásában fejlődésünk társadalmi feltételeinek témaköre hangsúlyos jövőkutatási megközelítést nyert, ahol kiemelt szerepet kaptak a „jövőválasztási”, életmóddal kapcsolatos preferenciák. Ennek keretében egy országos felmérés széles témaspektrumába kapott a hallgatóság betekintést. A kérdések rávilágítottak az ország fejlődésének humán feltételrendszerére, mások mellett a várható képzési, migrációs, életmód preferenciákra, családi-közösségi versus individualista értékválasztásokra. Egyes

területeken akár a középiskolás, illetve a felsőoktatási hallgatói rétegek között is jelentős megítélési különbségeket fedezhetünk fel, ami a változások gyorsaságára utal. A reprezentatív felmérés adatai rávilágítanak egyes azonnali népesedéspolitikai, társadalomszervezési, képzési, illetve számos egyéb területen fellépő tennivalókra a tendenciák megfelelő alakítása érdekében.

**Dr. Lengyel Márton rektor úr** előadása a turizmus-idegenforgalmi ágazati sajátosságok, trendek elemzése komplex módon mutatta be a megújulás társadalmi (beleértve szellemi, erkölcsi, etikai), gazdasági és környezeti tényezőrendszerét. Megállapította, hogy a turizmusban is, mint a gazdaság-társadalom többi szférájában, nem fenntarthatóságról, hanem a fejlődés fenntarthatóvá tételéről kell beszélnünk. A turizmus-idegenforgalom dinamikája ágazatközi összehasonlításban közvetlenül az IT szektort követi, ezért fejlődésének nemzetközi és hazai akadályai és kihívásai különösen figyelmet érdemelnek. Korunk válsága nem hagyja érintetlenül ezt a szektort, egyes nemzetközi és hazai statisztikák több mint figyelmeztető jellegűek. Az ágazat kiegyensúlyozott fejlődését csak a távlati és aktuális globális problémákkal való nyílt, elkötelezett, megfelelő etikai alapokon nyugvó szembenézés biztosíthatja. Hazai vonatkozásban vállalni kell az intézményi rendszer fejlesztésének, az országos szintű pozitív hatások kibontakoztatásának, a látogatót fogadó társadalmi környezet lényegi megújításának igen nagy súlyú feladatait.

A **Menedzsment szekció** elsősorban a témakör kontextuális és átfogó kérdéseivel foglalkozott. **Dr. Fehér János** levezető elnök összegző értékelése szerint a környezeti viszonylatok kérdéskörébe tartoztak a Földdel, mint globális rendszerrel kapcsolatos problémák; technológiai indíttatású felvetések, mint az E-business; a társadalmi közfelfogás egyes vonatkozásai és az etika állapota; a környezet-szervezet reláció, gyújtópontjában a céges társadalmi felelősség ügyével; valamint a munkaerő szegmens fontos problémája, a migráció. Az átfogó szervezetmenedzselési megközelítések között jelent meg a szervezeti tudásmenedzsment, a vállalatirányítás rendszere, az innovációs projekt-menedzsment és a személyes vezetés (leadership). Az elméletet a céges illetve intézményvezetés gyakorlati problémáival média, telekommunikációs és pénzügyi szervezeti empirikus vizsgálatok, továbbá az előadásokba szőtt esetpéldák szembesítették.

A szekcióban az előadók (**dr. Fehér János, dr. Noszkay Erzsébet, dr. Kiss Ferenc, Lakos István, dr. Kósi Kálmán, Huzdik Katalin, Ziegler Éva, dr. Horváth Attila**) által képviselt megközelítések általános jellemzője volt az emberi erőforrás, mint végső erőforrás szerepének kiemelése, s ezzel párhuzamosan, a humán és anyagi-technológiai erőforrások interdependenciájának hangsúlyozása. Az emberi erőforrás mind makro, mind intézményi-csoport, mind individuális szintje (személyiség) hangsúlyt kapott az innováció összefüggésében. Szintén középponti kérdésként jelent meg az E-technológia, annak dinamikája, és az a követelmény, hogy fejlődésével lépést tartsunk, hiszen az endemikusan fellépő IT – E-business innovációk, a ténylegesen vagy potenciálisan a ma vagy a közeljövő tudásmenedzselési, gazdasági sikerfaktorainak és egyben társadalmi-kulturális innovációs irányainak – például tudáshálózatok – tekintendők. Fontos gondolati szál volt válság és tanulás, válság és munkaerő-fejlesztés, illetve szervezeti korszerűsödés kapcsolata.

A szekcióban visszhangot nyert a plenáris ülés számos gondolata. Az előadók kapcsolódási pontokat jelöltek ki saját témáikhoz például az aktuális válság-okok, a társadalmi-politikai környezet, az etika, a képzési kihívások és a kutatástámogatás helyzete vonatkozásában.

A szekció kiegyensúlyozottan érzékeltette az új típusú vezetői és menedzseri gondolkodás szükségességét korunk különböző szintű problémáinak megoldásában, valamint számos területen példát ismertetett a korunk trendjeit alakító irányítási intervenciók lehetőségeire és gyakorlatára.

## A vevő a király?

### Marketing és oktatás szekció a főiskola tudományos konferenciáján

Érdekes és értékes előadásokkal szolgált a „Marketing és oktatás” szekció a BKF november 25-én rendezett tudományos konferenciáján. A Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar által szervezett rendezvény „A jövő útjai: Fenntarthatóság, Innováció ...” címet viselte, a szekció pedig ehhez kapcsolódóan Benda József és Papp-Váry Árpád vezetésével a következő kérdésre kereste a választ: „A vevő a király?”

Elsőként *Dr. Benda József* főiskolai docens, a szekció társelnöke tartott előadást „Innováció az oktatásban” címmel. Az előadó kiemelte, hogy az oktatásban attitűdváltás szükséges: az egyéni teljesítmények helyett a teammunkára kell helyezni a hangsúlyt, hiszen ez jobb a diákoknak. Egyben maga is innovációval szolgált: nem klasszikus PowerPointot, hanem a Prezi.com szoftverét használta, ami igazi vizuális felüldülést jelentett.

*Török Mariann*, az Információs Társadalomért Alapítvány kutatója, főiskolánk óraadója egy rendkívül izgalmas témával fokozta az érdeklődést: a kamerás megfigyelés segítségével leírt mozgáspályák felhasználási lehetőségeit mutatta be, egy óvoda példáján.

A következő két előadó a felsőoktatás minőségfejlesztését hangsúlyozta. *Abdalla Rozália*, a BGF Külkereskedelmi Főiskola Karának adjunktusa az ezzel kapcsolatos elképzeléseket, modelleket mutatta be, míg *Sókiné Dr. Nagy Erzsébet* azt vizsgálta, „hogyan hozzuk közelebb hallgatóinkhoz a munka világát?”. Előadásában a gyakorlat fontosságát hangoztatta, kiemelve, hogy ez nemcsak könnyebbé teszi a befogadást, de a diákok értékesebbek is lesznek a munkaerőpiacon.

A következő előadások már inkább a marketingre, semmint az oktatásra fókuszáltak, ám *Sas István* reklámpszichológus, reklámfilmrendező, a BKF címzetes tanára azért összekapcsolta a kettőt. Bevezetője némileg meg is döbentette a jelenlévőket. „Egész másképp kell oktatni a marketinget, mint eddig tettük! Ez a terület olyan gyorsan változik, hogy nem félévente, hanem hetente újra kell dolgoznunk a Power Pointjainkat.” – jelentette ki, majd mutatott rá jónéhány példát.

*Brávác Ibolya*, a BGF Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Karának adjunktusa egy izgalmas kutatást tárt a jelenlévők elé: mennyire jellemző a fenntartható fogyasztás, azaz az egészség- és környezettudatosság az élelmiszervásárlásainkban. Mint kiderült, van még mit fejlődünk.

A tágabban vett élelmiszeriparhoz sorolható példákkal folytatta *Dr. Papp-Váry Árpád*, a BKF Marketing Intézetének vezetője. A vodkapiac innovációin keresztül mutatta be, hogy mennyit változott a világ: míg korábban minden ilyen ital az orosz, lengyel vagy skandináv eredetet hangsúlyozta, még akkor is, ha nem innen származott, addig az elmúlt időszak legsikeresebb vodkái büszkén vállalják, hogy Izlandról, Svájcban, Ausztriából, netán Franciaországból jönnek.

A konferenciához méltó, izgalmas és egyben gondolatébresztő előadás zárta a napot. *Reketye Gábor*, a BKF adjunktusa arról beszélt, hogyan változik a marketingkommunikáció helyzete a válság időszakában. Mint rengeteg példával szemléltette, azok a márkák lesznek a nyerők, melyek a válság időszakában nem csökkentik marketingkommunikációs büdzséjüket, hanem szinten tartják, netán növelik.

Az előadások után néhány diák és előadó még maradt egy kisebb beszélgetésre. A nap egyik tanulsága volt, hogy a marketing és az oktatás területén szükség van az innovációkra – és az ilyen konferenciákra.