

Társadalmi versenyképesség egy kaotikus világban

Social competitiveness in a chaotic world

DINYA LÁSZLÓ

Egyetemi tanár, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

dinya.laszlo@uni-mate.hu

Hivatkozás

Dinya László (2026), Társadalmi versenyképesség egy kaotikus világban. In: Szalkai Zsuzsanna – Bíró-Szigeti Szilvia – Iványi Tamás – Kelemen-Erdős Anikó (szerk.): Tudományágak kaleidoszkópja – a marketing, mint transzdiszciplináris terület – Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXXI. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar: Budapest. ISBN 978-615-112-035-4, pp. 78–88. DOI: 10.62561/EMOK-2025-04

Absztrakt

A gyorsuló fenntarthatósági kihívások ismeretében már nem kérdés, hogy megérkeztünk a globális káosz korszakába, ami azt jelenti, hogy újra kell gondolnunk és definiálnunk korábbi működésünk „játékszabályait” meg alapfogalmait. Ez vonatkozik a korábbi időszak egyik kulcsfogalmára, a versenyképességre is. Világossá vált, hogy a versenyképességnek nemcsak gazdasági, de társadalmi, sőt természeti környezeti feltételei és követelményei vannak, így került fókuszba a társadalmi versenyképesség kérdése is. Ezzel összefüggésben pedig felértékelődött a társadalmi marketing szerepe is, miután egy versenyképes társadalom megvalósítása (és fenntartása) az értékrendet (kultúrát) megfelelően formáló, szisztematikus társadalmi marketing nélkül nem lehetséges. Több éve kutatjuk már ezt kérdést, és időnként szükségszerű, hogy áttekintsük és értékeljük az eddigi eredményeinket, felmérjük az új kihívásokat. A terjedelmi korlátokat figyelembe véve mindezeket ezért csak vázlatosan kívánjuk rendszerezni. Először a kaotikus környezet jellemzőit és versenyképességi kihívásait foglaljuk átfogó keretbe majd ebből kiindulva a versenyképes társadalom tényezőit tekintjük át. Végezetül a társadalmi marketing ehhez kapcsolódó konkrét kihívásait részletezzük.

Kulcsszavak: globális káosz, fenntartható versenyképesség, társadalmi marketing

Abstract

In light of the accelerating sustainability challenges, it is no longer a question that we have arrived in the era of global chaos, which means that we need to rethink and redefine the “rules of the game” and basic concepts of our previous operations. This also applies to one of the key concepts of the previous period like the competitiveness. It has become clear that competitiveness has not only economic, but also social and even natural environmental conditions and requirements, so the issue of social competitiveness has also come into focus. In this context, the role of social marketing has also become more valuable, since the implementation (and maintenance) of a competitive society is not possible without systematic social marketing that properly shapes the value system (culture). We have been researching this issue for several years, and from time to time it is necessary to review and evaluate our results so far and assess new challenges. Taking into account the limitations of space, we therefore only wish to systematize all of this in a sketchy manner. First, we will outline the characteristics and competitiveness challenges of the chaotic environment, and then, starting from this, we will review the factors of a competitive society. Finally, we will detail the specific challenges of social marketing related to this.

Keywords: global chaos, sustainable competitiveness, social marketing

1. Bevezetés

Egy ideje a fenntarthatósági kihívásokkal (is) foglalkozók számára már nem kérdés, hogy megérkeztünk a globális káosz korszakába, ami azt jelenti, hogy újra kell gondolnunk és definiálnunk korábbi működésünk „játékszabályait” meg alapfogalmait. Mindez érvényes a globális, makro- és szervezeti szintű döntéshozókra éppúgy, mint az egyénekre. És vonatkozik a korábbi időszak egyik kulcsfogalmára, a versenyképességre is, amely a fenntarthatósági

kihívások gyors növekedése miatt már egyébként is napirenden van pár évtizede. Ezzel összefüggésben pedig felértékelődött a társadalmi marketing szerepe is, miután egy versenyképes társadalom megvalósítása (és fenntartása) az értékrendet (kultúrát) megfelelően formáló, szisztematikus társadalmi marketing nélkül nem lehetséges.

A „káosz világában” ez a kérdés is alapos átgondolást igényel, hiszen ilyen feltételek között új kihívásokat és feladatokat jelent az egyének és közösségek (vagyis a társadalmak) versenyképessé formálása. E téren elért eddigi saját kutatási eredményeinket folyamatosan publikáltuk cikkekben, főleg pedig konferenciákon. A terjedelmi korlátokat figyelembe véve mindezeket ezúttal csak vázlatosan kívánjuk megszerezni. Először a kaotikus környezet jellemzőit és versenyképességi kihívásait foglaljuk átfogó keretbe (OECD, 2024; Adarsh, R. 2024), majd ebből kiindulva a versenyképes társadalom tényezőit tekintjük át (SolAbility, 2024). Végezetül a társadalmi marketing ehhez kapcsolódó konkrét kihívásait listázzuk. (Dinya¹ L., 2008, László Dinya² L. (2008))

Átfogó nemzetközi szakirodalmi feldolgozás alapján készítettünk rendszerszemléletű szintézist a vizsgált területekről, és a helyzetkép számszerűsítése érdekében bevonjuk az elérhető statisztikai adatbázisokat is. Többváltozós statisztikai módszerekkel elemezzük a kapcsolódó jellemzők közti komplex összefüggéseket és azok alakulásának trendjeit. Mindezek alapján vonjuk le a következtetéseket és fogalmazzuk meg javaslatainkat. A felhasznált saját irodalmi forrásokban hivatkozunk a nemzetközi forrásokra, így ezúttal csak a szintézis alapjául szolgáló saját publikációinkat listáztuk.

2. A káosz világának jellemzői

A káosz világa egy rendszerszintű állapot, amelyet mély instabilitás, gyors változások és a kiszámítható minták felbomlása jellemez. Fő jellemzői a következők: (Adamik, A, 2021)

- Radikális bizonytalanság

A hagyományos előrejelzések kudarcot vallanak, még a rövid távú előrejelzések is nehézkesek. Az összetett rendszerek (klíma, gazdaság, geopolitika) pedig nemlineárisra és kiszámíthatatlanná válnak.

- Hiperkapcsolat és rendszerszintű kölcsönös függőség

A gazdasági, társadalmi, ökológiai és technológiai rendszerek szorosan összefonódnak így a helyi zavarok (pl. háború, világjárvány, technológiai problémák) gyorsan globálissá válnak. A „pillangóeffektusok” már a mindennapi valósághoz tartoznak.

- A változás gyorsulása

A technológiai változások (MI, biotechnológia, energiagazdálkodás) gyorsabban mennek végbe, mint ahogy a társadalmak alkalmazkodni tudnak. A kulturális, politikai és társadalmi normák gyorsan változnak, sőt összeomlanak.

- A közös valóságok eróziója

A dezinformáció és az „alternatív tények” megkérdőjelezi a konszenzust, a „tribalizmus” felváltja a párbeszédet, a polarizáció legyengíti a demokráciát. Az intézményekbe (média, tudomány, kormány) vetett bizalom elgyengül.

- Több válság közeledése (polikrízis)

Egyidejű klímaváltozás, energiainstabilitás, tömeges migráció, élelmiszer-ellátási bizonytalanság, társadalmi egyenlőtlenség stb. jelentkezik. A problémák összefüggenek és felerősítik egymást.

- Hatalmi válságok és irányítási kudarcok

A hagyományos hatalmak (államok, nemzetközi intézmények) elvesztik az irányítást, a populista, autokrata és szélsőséges szereplők pedig kihasználják a káoszt. A globális együttműködés gyengül, a nacionalista széthúzás erősödik.

- Kognitív túlterhelés és mentális elfáradás

Az állandó „válság üzemmód” elfásuláshoz, szorongáshoz, apátiához vezet. Emiatt az emberek nehezen tudják feldolgozni a növekvő komplexitást, vagy racionálisan reagálni arra.

- **A lineáris gondolkodás összeomlása**

A lineáris ok-okozati feltételezések már nem működnek, rendszerekben, visszacsatolási hurkokban és kialakuló mintákban kellene gondolkodnunk. A korábban még működő megoldások alkalmazásai gyakran csak súlyosbítják az új problémákat.

Ebben a helyzetben értelemszerűen *átalakulnak a szereplők* (országok, térségek, szervezetk és egyének) *versenyképességét meghatározó „játékszabályok” és feltételek is.* (Dinya L., 2023)

3. Versenyképesség a kaotikus világban

A kaotikus világban a versenyképesség hagyományos modelljei – amelyek a költséghatékonyságon, a termelékenységen vagy a GDP növekedésén alapulnak – már nem elégségesek, sőt nem is relevánsak. A versenyképesség *ebben az új valóságban nem a profit mindenáron maximalizálásán múlik, hanem az alkalmazkodóképességen, a rugalmasságon és a célorientált innováción.* Főbb jellemzői: (Bris, A., 2024; Dinya L., 2022)

- **Rugalmasság a hatékonyság felett**

Ütésálló rendszerek kiépítése a redundancia, rugalmasság és helyi ellátási láncok révén. Nem elég csak a mai napra optimalizálni, meg kell tervezni a holnap túlélését is. A „Just-In-Case” („csak akkor, ha”) helyett a jelszó az „éppen időben” történő lépés.

- **Agilitás és alkalmazkodóképesség**

Létfontosságúak a gyors tanulás, a kísérletezés és a visszacsatolási hurkok, valamint olyan kultúrák és struktúrák népszerűsége, amelyek gyorsan adaptálódnak, és „skálázni képesek” azt, ami működik. Alapvető a decentralizált döntéshozatal és a helyi innovációk ösztönzése.

- **A fenntarthatóság, mint alapvető stratégia**

Evidencia a gazdaság összehangolása az ökológiai korlátokkal és a társadalmi igényekkel. A versenyképes közösségek képesek megoldani a nagy problémákat (pl. tiszta energia, biodiverzitás, társadalmi igazságosság). És versenyelőnyük a hosszútávú életképesség.

- **Együttműködés és hálózatos erő**

A káoszban senki sem „szingli” – az együttműködő ökoszisztémák erősebbek. A regionális együttműködés, a köz-magán partnerségek és az ágazatok közötti szövetségek számítanak. Jelszó a „coo-petition” (együttműködő versengés”).

- **Célvezérelt innovációk**

Azokra az innovációkra fókuszálnak, amelyek megoldják a valós kihívásokat (klíma, egészségügy, méltányosság). Befektetnek a humán tőkébe, a kritikus gondolkodásba és a jövőbiztos készségekbe. Az értékteremtést a problémamegoldás jelenti.

- **Átlátható, bizalom alapú intézmények**

A káoszban a tőkét a bizalom jelenti. A nyitott, elszámoltatható kormányzás versenyelőnyt jelent. A nagy bizalommal és alacsony korrupcióval rendelkező országok gyorsabban tudnak alkalmazkodni.

- **Hosszú távú gondolkodás a vezetésben**

El kell köszönni a rövid távú szemlélettől és a félrevezetéstől, jutalmazni kell az előrelátást, a rendszerszemléletet és az etikus vezetést. És scenáriókban, generációkban kell gondolkodni, nem választási ciklusokban, vagy negyedéves eredményben.

Mindez a **makroszintű versenyképesség** feltételeit sorolja fel, de könnyű kihallani belőle, hogy **szervezeti szinten hasonló jellemzők** a kívánatosak. Annál is inkább, mert versenyképes ország (térség) versenyképes társadalom nélkül pusztán utópia. Ez lehet a célszerű **optimista attitűd** a kaotikus világban megvalósítandó versenyképesség érdekében.

4. Versenyképes társadalom a kaotikus világban

Egy ország gazdasági versenyképességének fontos feltétele tehát a társadalom versenyképessége is. *A társadalom versenyképessége egy adott ország lakosságának azon képességét jelenti, hogy változásokhoz rugalmasan alkalmazkodva, innovációk bevezetésével, együttműködve és a gazdasági, társadalmi, környezeti fejlődéshez hozzájárulva tudják elérni a minőségi jólétet.* Tehát a társadalom mennyire támogatja és tartja fenn a versenyképesség motorját képező gazdaságot. Ez nemcsak a GDP növekedését, hanem *a rugalmasságot, a méltányosságot és a hosszú távú jólét előmozdítását* is jelenti.

Egy társadalom versenyképességének **főbb tényezői** a következők: (D'Aprile, P., 2024; Dinya L., 2009; Dinya L., 2013; Dinya L², 2011)

- **Emberi tőke**

Az oktatás minősége és elérhetősége, valamint az élethosszig tartó tanulás kultúrája. Ehhez pedig a 21. századi készségek (kritikus gondolkodás, kreativitás, digitális írástudás) biztosítása.

- **Társadalmi tőke**

Bizalom az állampolgárok között és az intézményekben, továbbá polgári szerepvállalás és közösségi hálózatok működése. Fontos az inkluzivitás és a kohézió (alacsony polarizáció, alacsony diszkrimináció és kirekesztettség).

- **Kulturális kompetencia**

Nyitottság a változásra és a sokszínűségekre, az együttműködés preferálása a „nulla összegű játzmákkal” szemben. Továbbá hajlandóság a tradicionális játékszabályok megkérdőjelezésére és az innovációkra.

- **Egészség és jólét**

Alapfeltétel a fizikai és lelki egészség, ehhez pedig a közegészségügyi rendszerek korrekt működése. Ugyancsak fontos a munka és magánélet egyensúlya, meg az alapvető biztonság.

- **Intézményi bizalom és jogállamiság**

Átlátható kormányzás, alacsony korrupció, illetve az igazságszolgáltatáshoz és az esélyekhez való egyenlő hozzáférés.

- **Környezeti tudatosság és felelősség**

Fontos a fenntarthatóságra fókuszáló társadalmi értékek (kultúra) és a közösségi szintű ökológiai cselekvés.

Mindezek értelemszerűen szervesen összekapcsolódnak a gazdasági versenyképességgel. Mert a gazdasági versenyképesség ma már (és a közeli jövőben még inkább) nem csak **az alacsony költségeken** (másként fogalmazva: „a költségek áthárításán, terítésén, azaz társadalmasításán”), **vagy a természeti erőforrások birtoklásán múlik.** A globalizált, innováció-vezérelt világban („Ipari Forradalom – 4.0”, majd „-5.0”) ennek feltétele a **versenyképességet támogató társadalom** is.

1. táblázat

A felhasznált statisztikai adatbázisok rendszerezése

Pillér	Kulcsmutatók	Fő adatforrások / indexek
1. Emberi tőke	- Humántőke-index - Iskolai végzettség - Digitális készségek - Foglalkoztatási arány - Egész életen át tartó tanulás	- Világbank humántőke-indexe - OECD Education at a Glance - ILOSTAT - Eurostat Global Talent Index
2. Együttműködés és innovációbarát kultúra	- Globális innovációs pontszám - Polgári részvétel - Kulturális nyitottság - Interdiszciplináris K+F - Másokban való bizalom	- Global Innovation Index (WIPO) - World Values Survey - European Innovation Scoreboard - Hofstede Insights
3. Intézményi bizalom	- Jogállamiság - Korrupciós szintek - Kormányzati hatékonyság - Bírói függetlenség - Az intézményekbe vetett bizalom	- Világbank kormányzási mutatói - Transparency International (CPI) - World Justice Project - Edelman Trust Barometer
4. Társadalmi stabilitás	- Gini-együttható (egyenlőtlenség) - Társadalmi kohézió - Biztonság és biztonság - Politikai stabilitás - Polgári szerepvállalás	- Világbank és OECD Gini-adatok - Társadalmi fejlődési index - Törékeny államok indexe - Gallup érzelmek jelentése - OECD Better Life Index
5. Közös jólét	- Inkluzív növekedés - Többdimenziós szegénység - Társadalmi mobilitás - Szociális védelem - Középosztálybeli részesedés	- UNDP Human Development & MPI - Globális társadalmi mobilitási index (WEF) - ILO szociális védelmi adatok - OECD szociális kiadások

Forrás: saját szerkesztés

Ennek az ismérveinek a rendszerezésére tettünk kísérletet korábban, amelyet ezúttal az 1. táblázatban foglaltunk össze. A **versenyképes társadalom paramétereinek számszerűsítése** alapvető fontosságú, ha mérni kívánjuk a jelenlegi helyzetet, meg annak időbeni alakulását a teendők tisztában látása érdekében. Az egyes tényezők mérésére nemzetközi adatbázisok már rendelkezésre állnak, de az összképhez ezeket be kell gyűjteni, és szintetizálni is szükséges. Ezekből kiindulva alakítottunk ki egy **komplex adatbázist**, amely alkalmas idősoros változások elemzésére is, illetve a fenti mutatók komplex összefüggésrendszerének többváltozós statisztikai módszerekkel (faktor- és klaszteranalízissel) történő feltérképezésére.

5. Kihívások a versenyképes társadalom megvalósítása során

Az általunk kialakított komplex adatbázis lehetőséget teremtett a fenntartható versenyképesség makroszintű **részterületi indikátorainak**, illetve az azokból képezett **pilléreinek** (humán, társadalmi, gazdasági és természeti tőke, illetve kormányzati és tökehatékonyság) valamint a fenntarthatóság 17 alaphatói közti kapcsolatrendszer statisztikai elemzésére. (2. táblázat)

A részterületekhez tartozó egyedi mutatók teljes köre, vagyis az SDG-1...17 célkitűzésekhez tartozóan 234 mutató, a GSCI 6 pilléréhez pedig 78 mutató, összesen tehát 312 mutató komplex

rendszerének hálózatos kapcsolódásai képezték a statisztikai elemzéseink tárgyát (312 sor x 312 oszlop méretű mátrix). De azúttal a lényegét ugyancsak jól illusztráló **alapmutatók** (23 sor x 23 oszlop méretű) mátrix elemzését mutatjuk be. (2. táblázat)

2. táblázat

A fenntartható fejlődés és fenntartható versenyképesség alapmutatóinak korrelációi az EU-27 közösségében

MUTATÓK	FENNTARTHATÓSÁGI CÉLOK (17 SDG)																	VERSENYKÉPESSÉGI PILLÉREK (GSCI)					
	SDG1	SDG2	SDG3	SDG4	SDG5	SDG6	SDG7	SDG8	SDG9	SDG10	SDG11	SDG12	SDG13	SDG14	SDG15	SDG16	SDG17	SZELLEMI TŐKE	TÁRSADALMI TŐKE	GAZDASÁGI TŐKE	TERMÉSZETI TŐKE	KORMÁNYZATI TŐKE	HÁTEKONYSÁG
SDG1	1,000	-,330	,610	,558	,232	,273	,253	,767	,638	,713	,641	-,218	-,478	-,207	-,101	,308	-,066	,668	,578	,218	-,245	,204	,060
SDG2	-,330	1,000	-,223	-,344	,252	,308	,094	-,208	-,012	,000	-,282	,265	,453	,126	,219	-,068	,296	-,028	-,077	,324	,387	,117	,220
SDG3	,610	-,223	1,000	,627	,575	,319	,116	,561	,809	,437	,507	-,075	-,530	-,372	-,704	,232	-,053	,734	,755	-,203	-,394	,594	,531
SDG4	,558	-,344	,627	1,000	,545	,424	,462	,554	,661	,271	,682	-,260	-,435	-,005	-,275	,592	-,092	,627	,593	,142	,070	,627	,452
SDG5	,232	,252	,575	,545	1,000	,421	,363	,367	,688	,138	,443	,023	-,230	-,157	-,450	,486	,225	,613	,677	,022	,168	,787	,679
SDG6	,273	,308	,319	,424	,421	1,000	,364	,504	,645	,356	,300	,047	-,214	,067	-,055	,402	,092	,578	,356	,415	,216	,550	,398
SDG7	,253	,094	,116	,462	,363	,364	1,000	,450	,395	,267	,391	,181	,121	,373	,092	,450	,471	,379	,289	,250	,550	,410	,206
SDG8	,767	-,208	,561	,554	,367	,504	,450	1,000	,692	,621	,567	,090	-,278	-,171	-,188	,432	,137	,692	,621	,185	-,108	,335	,152
SDG9	,638	-,012	,809	,661	,688	,645	,395	,692	1,000	,521	,636	-,159	-,568	-,121	-,511	,507	,030	,892	,685	,154	-,155	,797	,599
SDG10	,713	,000	,437	,271	,138	,356	,267	,621	,521	1,000	,434	-,101	-,280	-,091	-,096	,171	,011	,422	,460	,249	-,090	,056	-,003
SDG11	,641	-,282	,507	,682	,443	,300	,391	,567	,636	,434	1,000	-,211	-,435	,054	-,203	,574	-,135	,592	,514	,301	-,046	,465	,068
SDG12	-,218	,265	-,075	-,260	,023	,047	,181	,090	-,159	-,101	-,211	1,000	,656	-,014	-,003	-,389	,486	-,055	-,045	-,249	,121	-,176	-,140
SDG13	-,478	,453	-,530	-,435	-,230	-,214	,121	-,278	-,568	-,280	-,435	-,656	1,000	,189	,374	-,390	,471	-,479	-,430	,007	,380	-,456	-,267
SDG14	-,207	,126	-,372	-,005	-,157	,067	,373	-,171	-,121	-,091	,054	-,014	,189	1,000	,388	,361	,301	-,165	-,425	,363	,518	,048	,009
SDG15	-,101	,219	-,704	-,275	-,450	-,055	,092	-,188	-,511	-,096	-,203	-,003	,374	,388	1,000	-,048	,025	-,341	-,393	,479	,440	-,463	-,474
SDG16	,308	-,068	,232	,592	,486	,402	,450	,432	,507	,171	,574	-,389	-,390	,361	-,048	1,000	,067	,480	,373	,501	,405	,622	,457
SDG17	-,066	,296	-,053	-,097	,225	,092	,475	,137	,030	,011	-,139	,486	,473	,307	,025	,067	1,000	,193	-,073	,017	,368	,143	,102
SZELLEMI TŐKE	,668	-,028	,734	,627	,613	,578	,379	,692	,892	,422	,592	-,055	-,479	-,165	-,341	,480	,193	1,000	,673	,187	-,113	,759	,508
TÁRSADALMI TŐKE	,578	-,077	,755	,593	,677	,356	,289	,621	,685	,460	,514	-,045	-,430	-,425	-,393	,373	-,073	,673	1,000	-,019	-,103	,524	,416
GAZDASÁGI TŐKE	,218	,324	-,203	,142	,022	,415	,250	,185	,154	,249	,301	-,249	,007	,363	,479	,501	,012	,187	-,019	1,000	,461	,073	,013
TERMÉSZETI TŐKE	-,245	,387	-,394	,070	,168	,216	,558	-,108	-,155	-,090	-,046	,121	,380	,518	,440	,405	,366	-,113	-,103	,461	1,000	,141	,231
KORMÁNYZATI TŐKE	,204	,117	,594	,627	,787	,550	,410	,335	,797	,056	,465	-,176	-,456	,048	-,463	,622	,143	,759	,524	,073	,141	1,000	,794
HÁTEKONYSÁG	,060	,220	,531	,452	,679	,398	,206	,152	,595	-,003	,068	-,140	-,267	,009	-,474	,457	,102	,508	,416	,013	,231	,793	1,000

Forrás: saját szerkesztés

Ily módon számszerűen mérhetővé tettük például **Magyarország pozícióját** az EU-27 tagországának mezőnyében. A faktoranalízis kimutatta, hogy ezek országok milyen teljesítményeket értek el máig ezeken a területeken, sőt azt is, hogy ezek az alapmutatók egymással milyen komplex összefüggésrendszert képeznek. (3. táblázat)

Az alapmutatók közti szignifikáns korrelációk alapján a **fenntartható globális versenyképesség** mutatói három fő csoportba (faktorba) tömörülnek:

- F1 = Kormányzati versenyképesség (ehhez tartozó alapmutatók: kormányzati teljesítmény, tökehatékonyság, valamint az SDG-3, SDG-4, SDG-5 célok, és negatív előjellel az SDG-15).
- F2 = Társadalmi versenyképesség (ehhez tartozó alapmutatók: humán tőke, társadalmi tőke, valamint az SDG-1, SDG-8, SDG-9, SDG-10, SDG-11 célok)
- F3 = Gazdasági versenyképesség (ehhez tartozó alapmutatók: gazdasági tőke, természeti tőke, valamint az SDG-7, SDG-14, SDG-16 célok)

Fontos látni, hogy a **fenntartható versenyképesség** három egymástól kvázi független, komplex mutatócsoport (F1, F2, F3) együttesét jelenti. És a **klasszikus versenyképesség** 6 alapmutatója nem függ össze szorosan egymással, a 3 egymástól független főfaktorhoz kapcsolódnak, mégpedig a velük szorosabban összefüggő fenntartható fejlődési célokkal. Másrészt hogy az eddig nem említett néhány fenntartható fejlődési cél (SDG-2, SDG-6, SDG-12, SDG-13, SDG-17) a többi mutatótól külön, úgynevezett reziduális faktorokhoz (F4, F5) tartozik. Vagyis ezek a többi mutatótól kvázi „független” életet élnek.

3. táblázat

Az alapmutatók faktoranalízisének eredménye

ROTÁLT FAKTORSÚLY MÁTRIX					
A 17 SDG ÉS A GSCI PILLÉREI	FŐFAKTOROK				
	F1	F2	F3	F4	F5
SDG1: SZEGÉNYSEG	,074	,908	-,050	-,171	-,112
SDG2: ÉHEZÉS	,132	-,223	,083	,307	,847
SDG3: EGÉSZSÉG	,655	,538	-,370	-,063	-,185
SDG4: OKTATÁS	,551	,517	,273	-,190	-,301
SDG5: EGYENLŐSÉG	,845	,216	,052	,131	,117
SDG6: VÍZ	,426	,433	,194	,001	,514
SDG7: ENERGIA	,265	,393	,618	,428	-,078
SDG8: MUNKA, NÖVEKEDÉS	,223	,874	,027	,132	-,050
SDG9: IPAR, INNOVÁCIÓ	,708	,637	-,026	-,112	,078
SDG10: EGYENLŐTLENSÉGEK	-,044	,813	-,074	-,030	,201
SDG11: VÁROSOK, KÖZÖSSÉGEK	,282	,680	,264	-,222	-,242
SDG12: FOGYASZTÁS	-,083	-,020	-,153	,876	,063
SDG13: KLÍMAVÁLTOZÁS	-,370	-,332	,139	,723	,204
SDG14: ÓCEÁNOK, TENGEREK	-,100	-,171	,797	,070	-,032
SDG15: ÖKOSZISZTÉMÁK	-,648	-,045	,496	-,010	,315
SDG16: BÉKE, INTÉZMÉNYEK	,480	,299	,652	-,293	-,030
SDG17: PARTNERSÉGEK	,140	,016	,289	,774	,038
HUMÁN TŐKE	,627	,654	,006	-,005	,066
TÁRSADALMI TŐKE	,556	,600	-,196	-,021	-,006
GAZDASÁGI TŐJE	-,130	,303	,602	-,261	,545
TERMÉSZETI TŐKE	,080	-,173	,778	,259	,279
KORMÁNYZATI HATÉKONYSÁG	,925	,165	,203	-,085	,037
TŐKÉK HATÉKONYSÁGA	,888	-,074	,079	-,055	,164
Módszer: Faktoranalízis; Rotáció: Varimax & Kaiser normalizáció.					

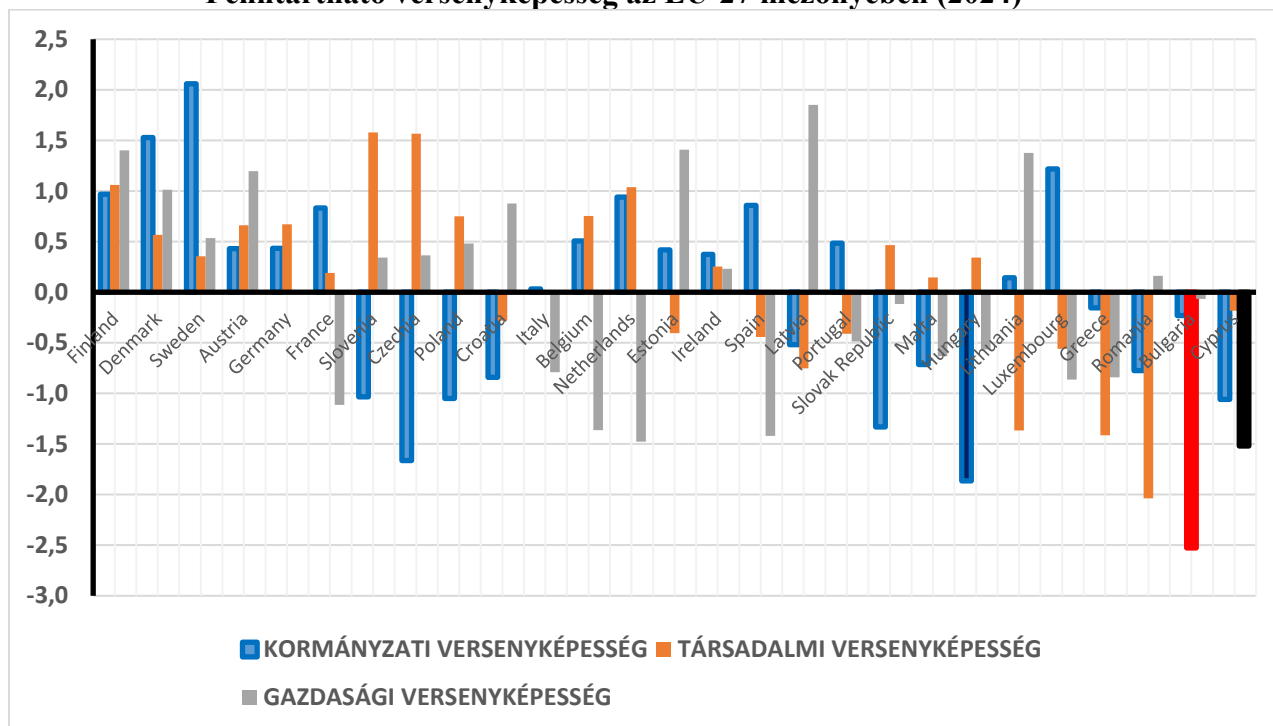
Forrás: saját szerkesztés

A faktorok kimutatásának másik fontos üzenete (amelyet csak az utóbbi években kezdenek elemezni egyes szakértői csoportok), hogy amennyiben ilyen komplex rendszert alkotnak a fenntarthatósági célok és a versenyképesség mutatói, akkor **félrevezető lehet egymástól függetlenül kezelni** (menedzselni) őket. Ha pedig az egyes faktorok a hozzájuk tartozó mutatók információtartalmát tömörítik, akkor komplex mutatóként az értékeikkel jellemezhetők az egyes **országok teljesítményének komplex színvonala**. (1. ábra)

Ezt a számítást mi is megtettük, és meghatároztuk az EU-27 mezőnyében a tagországok (köztük Magyarország) fenntartható versenyképességét jellemző F1, F2 és F3 faktorok értékét. Az országok sorrendjét ennek alapján a három faktor átlagértékéből képezett mutató (a **fenntartható versenyképesség**) döntötte el. De az igazán fontos üzenetet akkor láthatjuk, ha megvizsgáljuk faktormutatónként a teljesítményeket. Tehát:

1. ábra

Fenntartható versenyképesség az EU-27 mezőnyében (2024)



Forrás: saját szerkesztés

- Magyarország a **fenntartható versenyképesség** terén a 19. helyen van, vagyis a mezőny utolsó harmadában.
- **Társadalmi versenyképessége** nagyjából eléri a mezőny átlagát, **gazdasági versenyképessége** az átlagnál gyengébb.
- Viszont **kormányzati versenyképessége** a leggyengébb a mezőnyben, ami feladja a leckét, hiszen ezen a téren radikális előrelépés nélkül elfelejthetjük a fenntartható versenyképességet. Sőt ez **visszahúzza** relatíve erősebb társadalmi, vagy gazdasági versenyképességünket is.

6. A versenyképes társadalom magyarországi megalapozásának társadalmi marketing feladatai

A fenntartható versenyképesség újragondolása nemcsak **politikai, vagy gazdasági reformot** igényel, hanem **mélyreható kulturális átalakulást** is. Itt válik elengedhetetlenné az intenzív, professzionális **közösségi marketing**. Ennek feladatai különböző szinteken és szereplőknél a következők: (Dinya² L., 2018; Dinya L. – Dinya A., 2020; Dinya L., 2024)

Kormányzati intézmények:

El kell fogadni és támogatni kell a versenyképesség **új nemzeti narratíváját**, amely a jólétet, a fenntarthatóságot és az együttműködést egységes rendszerben helyezi előtérbe. Finanszírozni és koordinálni szükséges a figyelemfelkeltő kampányokat, az oktatási reformokat és a helyi kezdeményezéseket.

Oktatási intézmények:

Az egyetemek és az iskolák kulcsfontosságúak a hosszú távú értékek formálásában. Rendszerszemléletet, kritikai gondolkodást és fenntarthatósági ismereteket kell tanítani.

Civil társadalmi szervezetek (NGO-k, agytrösztök):

Alulról építkező közösségi marketingkampányokat kell megvalósítani, amelyek elérik a közösségeket, különösen ott, ahol alacsony a kormányba vetett bizalom. Workshop-okat, helyi párbeszédet és közösségépítő eseményeket szükséges kínálni.

Független média és influenszerek:

Fontos szerepet kaphatnak abban, hogy a nyilvános diskurzus átváltson a félelemről, a megosztottságról és a hamis fenyegetésekről az együttműködésre, a bizalomra és a közös felelősségvállalásra. Mindezeket az új értékeket közérthető stílusban és virális tartalommal népszerűsíthetik.

Üzleti szektor (különösen a kkv-k és a zöld startup-ok):

Helyezzék előtérbe az etikus, transzparens és fenntartható gyakorlatokat, és legyenek az ilyen fókuszú innovációk és az együttműködésen alapuló versenyképességnek a bajnokai.

Amennyiben a **kormányzat nem partner** ebben a közösségi marketing programban (van rá esély!), akkor a feladat jóval bonyolultabb, de nem megoldhatatlan. Ez esetben a **következő feladatok** kerülnek előtérbe:

Ki kell építeni egy decentralizált polgári hálózatot

A civil társadalomnak, az oktatóknak, a diákoknak, a művészeknek, a kisvállalkozásoknak kell a változás motorjává válniuk. Ezek a szereplők önállóan együttműködhetnek kampányok indításában, események szervezésében és új kulturális normák modellezésében – akár állami támogatás nélkül is. Egyfajta „párhuzamos köztudat” kiépítése a feladat.

Használható a „gerilla” típusú közösségi marketing

Nagy kampányok helyett virális tartalmakra, mémekre, mikro-eseményekre és helyi történetmesélésekre célszerű alapozni, hogy fokozatosan megváltozzon a kulturális narratíva. Használható a humor, szatíra és irónia – ezeknek nagy erejük van egy centralizált világban. Ösztönözni kell a polgárok kreativitását: az emberek jobban megbíznak társaikban, mint a hatóságokban.

Biztonságos és megbízható terek aktiválása (digitális + helyi szinten)

Használhatók közösségi média csoportok, csatornák, egyetemi fórumok és kulturális klubok az alternatív narratívák terjesztésére. Szervezhető közösségi vetítés, párbeszédese esték, amelyek értékek (pl. Magyarország jövője, gyermekek jóléte) köré épülnek, nem pedig politikára.

Bevonhatók a fiatalok, mint a kulturális változást előidézők

Digitálisan jártasabbak, kevésbé kötődnek az állami médiához, és nyitottabbak az új ötletekre. Alkalmazhatók mini-projektek vezetésében, iskolai kiállítások, Tik-Tok kihívások, klímavédelmi klubok működtetésében. Kvázi elosztott, kevésbé feltűnő mozgalmaként működhetnek.

Együttműködések alakíthatók ki kormányon kívül partnerekkel

Például az EU-val, nemzetközi civil szervezetekkel, akár a magyar diaszpórával és magánalapítványokkal a mozgalom finanszírozása és legitimálása érdekében. Ennek keretében megoszthatók sikertörténetek, de kritikák is. Efféle a szövetségek megővhatják a civil társadalmat az elszigetelődéstől és kiégestől.

Mindez természetesen **nem nélkülözheti a helyi kreativitásokat**, mert nem létezhet minden körülmény között eredményesen bevethető „legjobb gyakorlat” (beste practice). Csak „jó

gyakorlatok” (good practices) lehetnek eredményesek, amelyek a helyi feltételekkel összhangban működőképesek.

De a lényeg: **versenyképes társadalom** (és versenyképes kormányzat) **nélkül nincs fenntarthatóan versenyképes ország**. Magyarországon sem.

Felhasznált irodalom

Adamik, A - Sikora-Fernandez, D. (2021): Smart Organizations as a Source of Competitiveness and Sustainable Development in the Age of Industry 4.0: Integration of Micro and Macro Perspective. *Energies*, 2021 / 14, 1572., <https://doi.org/10.3390/en14061572>, p. 1-27.

Adarsh, Robert (2024): What are the Current Global Megatrends? [2025 – 2030]. <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/global-megatrends-full-guide/#12-Emerging-Global-Megatrends>, p.1-32.

Bris, Arturo (2024): IMD World Competitiveness Booklet. ISBN-13 978-2-940485-64-2, ISSN 1026-2628, p. 1—154.

D’Aprile, Paolo – Rouch, Pauline (2024): The future of European competitiveness - A competitiveness strategy for Europe. European Commission, Brussels, https://commission.europa.eu/document/download/97e481fd-2dc3-412d-be4c-f152a8232961_en, p. 1-73.

Dinya László (2008): Fenntartható energetikai projektek társadalmi egyeztetésének tapasztalatai (in: „Magyar – szlovák zöldenergia modell”, ISBN 978-963-87229-9-7, KRF-Gyöngyös, 2008., 35-41. p.)

László Dinya (2008): Sustainable Innovation Networks (InCoDe - International Innovation Conference for Cooperation Development, University Pécs, October 16-18, 2008, Proceedings: ISBN 978-963-642-248-6, 45-56. p.)

Dinya László (2009): Tudáshálózatok stratégiai menedzselése (in: „Elkötelezettség és sokoldalúság”, ISBN 978 963 642 2820, PTE – KTK, Pécs, 263-273. p.)

Dinya László (2011): Regionális fejlesztést szolgáló tudáshálózat (In: Tudáshálózat és klaszterépítés – Knowledge network and cluster building, NORRIA – Miskolc, ISBN 978-963-88345-3-9, 127-135. p.)

Dinya László (2011): Fenntartható gazdaság – fenntartható értékrend (in: „Felelős marketing” – MOK 2011 Tanulmánykötet, szerk.: Fojtik János, ISBN 978-963-642-392-6, Pécsi Tudományegyetem – Közgazdaságtudományi Kar, 529-541. p.),

Dinya László (2013): Zöld gazdaság, zöldülő társadalom, kistérségek (In: „Zöld innovációk a Károly Róbert Főiskolán”, KRF – Gyöngyös, 2013, ISBN 978-963-9941-71-7, p. 10-20.)

László Dinya (2018): Hungary’s Preparedness to Transition to the Sustainable Society (in: „Sustainability Challenges and Answers”, 16-th International Scientific Days Conference, Eszterházy Károly University, Gyöngyös, 12-13 April. 2018, EKE Líceum Publisher, ISBN 978-615-5621-75-8 (online), p. 531-540.)

Dinya László – Dinya Anikó (2020): A fenntarthatósághoz vezető út társadalmi innovációkkal van kikövezve (in: „Az életminőség-fejlesztés interdiszciplináris dimenziói”, Magyarságtudományi kutatások VI., szerk.: Garaczi Imre, Veszprémi Humán Tudományokért Alapítvány, ISSN 2062-1124, ISBN 978-615-5360-17-6, p. 93-115)

Dinya László (2022): Fenntarthatóság, vagy átfogó alkalmazkodás? (In: Bujdosó Zoltán (szerk.): „A ’Zöld Megállapodás’ – Kihívások és lehetőségek / The ’Green Deal’ – Challenges and opportunities”, XVIII. Nemzetközi Tudományos Napok / 18th International Scientific Days, Konferencia tanulmánykötet, MATE-KRC - Gyöngyös, 2022. május 5-6.,

László Dinya (2023): Sustainable wine tourism in a non-sustainable world. *Ecocycles*, Vol.9, No.2, pp.78-87(2023), ISSN2416-2140, <https://doi.org/10.19040/ecocycles.v9i2.299>

Dinya László (2024): Társadalmi marketing kihívások a fenntartható fejlődési célok elérése kapcsán. In: Szűcs K. - Putzer P. (szerk.), A (marketing) világ megkettőződése. Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXX. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt és Tanulmánykötete. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 19-26. o. ISBN 978-963-626-318-8, <https://doi.org/10.62561/EMOK-2024-01>

Economic and Development Review Committee of the OECD (2024): OECD Economic Surveys HUNGARY. OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/795451e5-en>, ISSN 1995-3461 (print), ISSN 1999-0529 (online) p. 1-147.

SolAbility (2024): The Global Sustainable Competitiveness Index. 13th edition, SolAbility Sustainable Intelligence, Zurich / Seoul, www.solability.com, p. 1-88.