

Morvay Szabolcs: Recenzió a Tudástár a közösségi művelődésben - VII. kötet Kulturális vállalkozás- és gazdaságfejlesztés című munkáról



A kultúra gazdasági szemlélettel való vizsgálata ugyanakkor nem új keletű. Számos közgazdász érdeklődési körében megjelent a kultúra, és annak gazdasági relevanciájának vizsgálata. John Maynard Keynes például Nagy-Britannia Művészeti Tanácsának elnöke volt az 1940-es években. Adam Smith zenéről, festészetről írt esszéket. Még interdiszciplináris tudományterület is született az 1970-es években kultúra-gazdaságtan (cultural economics) néven. A diszciplína első klasszikus műve William J. Baumol és William G. Bowen közgazdászok nevéhez fűződik, mely *Performing Arts: The Economic Dilemma* címmel jelent meg 1966-ban New Yorkban. A könyvben a művészet, illetve annak finanszírozási kérdései kerülnek taglalásra, illetve az állam szerepvállalásának szükségességét hangsúlyozza. 1973-ban William Hendon az Akron Egyetem (Ohio) professzora megalapította a *Journal of Cultural Economics* folyóiratot, illetve megszervezte a kultúra-gazdaságtan első nemzetközi konferenciáját 1979-ben Edinburgh városában. Létrehozta az *Association for Cultural Economics* szervezetet, amely két évente különböző országokban konferenciát rendez a témában. A tudományterület alapvető kérdése, hogy a modern mikro- és makroökonómia eszköztárát, elemzési technikáit milyen módon, milyen formában lehet alkalmazni a kulturális szféra jelenségeire, összefüggéseire. Újabb lépésként következett a kulturális szféra a közgazdaságtan szempontjából releváns lehatárolása, részeinek egymástól való elkülönítése, hiszen bizonyos gazdasági aspektusokat nem lehet a tágan értelmezett kultúrára alkalmazni. (Horváth 2000) A téma magyar szakirodalmában is számos szerző található, tanulmányok, doktori értekezések, folyóiratokban megjelent cikkek foglalkoznak kultúra-gazdaságtani összefüggésekkel. Tantárgyként is fellelhető a diszciplína, illetve a Budapesti Corvinus Egyetem mellék-szakirányt is indított Kultúra-gazdaságtan névvel. Itthon ki kell emelnünk a téma magyar szakirodalmából [Daubner Katalin](#), [Horváth Sándor](#) és [Petró Katalin](#) által szerkesztett 2000-ben megjelent *Kultúra-gazdaságtani tanulmányok* című munkát, mely először tekinti át itthon a kultúra-gazdaságtan főbb kutatási eredményeit.

A kultúra gazdasági szempontból való vizsgálatával tehát a *kultúra-gazdaságtan* foglalkozik, mely során meghatározta a kulturális javak fogalmát, annak gazdasági jellemzőit. Foglalkozik a kulturális piac keresleti, kínálati oldalával. A közvetítő szerepet vállaló kulturális intézmények helyzete, sajátosságai fontos kérdések a diszciplína számára, magában foglalva a profit, illetve non-profit szervezetek sajátosságait is. Elhatárolja a komoly és könnyű műfaj kategóriákat (high-pop culture), foglalkozik a művészek, illetve sztárok helyzetével. Makrogazdasági kérdések is előtérbe kerülnek és ebből következően talán egyik legfontosabb szempontként az állam szerepvállalása, amelyet kultúrpolitikának hívnak. A kulturális javaknak nemzetközi piaca, nemzetközi kereskedelme is van, amely releváns gazdasági kérdéskört takar. Végül a kulturálódás pszichológiai szempontjai, a kreativitás, kulturális motivációk társadalomra, gazdaságra való hatásaival foglalkozó tanulmányok is születtek a témakörben. (Daubner-Horváth-Petró 2000)

E tudományos kutatási áramlatba illeszkedik bele *Szabó József és Katonáné Kovács Judit* műve a kulturális vállalkozás- és gazdaságfejlesztés témaköréről. Munkájuk azzal járul hozzá a korábbi elméleti kutatásokhoz, hogy gyakorlat orientált, pragmatikus tudást adnak kézbe olyan szakemberek, illetve vállalkozások számára, akik érdekeltek a kulturális szférában, és annak profitábilis működésében. Igényes a könyv abban, hogy jól megalapozza elméleti oldalról a témakört. Első fejezeteiben a kultúra olyan módon kerül megvilágításra, mint az emberi szükségletek egy jellegzetes, szellemi részét kielégítő produktum. A szerzők világosan kifejtik, hogy e produktum hogyan illeszkedik bele a gazdasági szerkezetbe. Megismerhetjük továbbá a kultúra-közvetítés alapvető szervezeti-működési modelljeit, illetve szektorait, legyen szó állami, for-profit, vagy éppen non-profit szektorról. A könyv erős hangsúlyt fektet a vállalkozás típusú működés szorgalmazására, valamint azt is megvilágítják, miért szükséges, hogy a kultúra-közvetítő szervezetek a szabad piacról is szerezzenek bevételt, ne csak pályázati, illetve állami forrásokra támaszkodjanak. Milyen módon lehetséges ez? A „szolgáltatások javításával, diverzifikálásával, piacosításával” – kapjuk meg a választ a szerzőktől. Voltaképpen a vállalkozói szemléletet kívánják kiemelni és erősíteni a kultúra-közvetítők köreiben. Természetesen a vállalkozói szemlélet magával hozza egy sor adózási, vállalkozói ismeret szükségességét, amely ismereteket a könyv során elsajátíthat az olvasó. A vállalkozásoknak azonban számolniuk kell azzal, hogy működésük tere nem közönséges piac, hanem a *kulturális piac*.

A szerzők részletesen bemutatják ekképpen, hogy a kulturális piac milyen sajátosságokkal bír, illetve első momentumként ismertetik a kulturális javak jellemzőit, mely tulajdonságok a kulturális piac karakterjegyeit is meghatározzák. További lépésekként a kulturális piac szereplői is taglalásra kerülnek a műben, vagyis az eladók, illetve vevők, akik e kontextusban művészeti alkotásokat adnak el, illetve vásárolnak. Megjelennek e piacon a támogatók is, a szponzorok, valamint a mecénások, akik különleges szereplői a kulturális piacnak, hiszen a hagyományos piacokon nem jellemző előfordulásuk. Árnyaltabbá teszik a szerzők az összképet a kulturális piacról, hogy olyan további résztvevők jelenlétére hívják fel a figyelmet, mint a nézők, látogatók, lakosság, turisták, vagy éppen önkormányzat, szakhatóság, média, különféle szervezetek, akik mind-mind valamilyen relációban érdekeltek a kulturális piacon, illetve a kulturális szférában.

Megjelenik a műben annak hangsúlyozása, hogy a kultúra *erőforrás* is egyben. Erőforrás például egy település számára, hiszen számos előnyhöz juthat egy város vagy község a kulturális vállalkozások támogatása által, például hírnévhez jutás, vagy éppen turisták odalátogatása által az adott településre. Ugyanakkor a gazdasági szféra is erőforrásként tekinthet a kultúrára, mint annak szponzorálója szintén pozitív előnyökhöz juthat hozzá a jó társadalmi megítélés folyamán.

Olvashatunk a szerzők művében a művészekről, azok sajátos helyzetéről a kulturális piacon. Külön tárgyalják a mű írói a szolgáltatások különféle formáit, amelyek nélkülözhetetlenek a kulturális szférában, de ugyanúgy a humán erőforrás vagy éppen a technikai feltételek is szintén kritikus elemei egy jól működő kulturális vállalkozásnak, amelyek megfelelő szintű biztosításához szintén speciális ismeretekre van szükség.

Mint már korábban „szóba került”, a szponzoráció egy speciális tevékenység, melynek jellegzetességeire kitérnek a szerzők. Elkülönítik továbbá a támogatás, illetve a mecenatúra fogalmát is a szponzorációtól, hangsúlyozva a fogalmak közötti különbségeket. A szereplők ebben az esetben elkülönülnek jogtulajdonosra, valamint szponzorra. Ugyanakkor ebben a kontextusban is beszélhetünk nézőkről, fogyasztókról, akiknek eléréséhez a szponzoráció kommunikációs eszközöket kínál.

A könyv további részeiben elérünk a *kulturális vállalkozás* fogalmához. Szabó József és Katonáné Kovács Judit részletesen kifejtik a vállalkozás fogalmát, mibenlétét, jellemzőit. Megismerhetjük a fejezetrészből a vállalkozások helyét a gazdaságban, az érintettek körét, szó lévén mind belső, mind külső érintettekről. Olvashatunk a vállalkozás kockázatvállaló magatartásáról, arról, hogy milyen típusú kockázatok jelenhetnek meg egy vállalkozás működtetésekor. A vállalkozás témakörében mélyfúrásra kerül sor, amikor is a kis- és közepes vállalkozások bemutatására térnek át a szerzők. Azok motivációi, a motivációk típusai is tárgyalásra kerülnek. Hogyan születik meg egy vállalkozás? Milyen folyamat vezet ahhoz, hogy egy vállalkozás sikeressé váljon? A mű szerzői végig vezetik az olvasót a vállalkozóvá válás rögzös útján, útvesztőjén. A vállalkozásoknak sokféle formáját ismerjük, az egyéni vállalkozás mellett a társas vállalkozás valamennyi típusának jellemzői is bemutatásra kerülnek a fejezet során. Azonban nemcsak a profitorientált vállalkozások ismérveiről olvashatunk, hanem a nonprofit szervezetek, a civil társaságok, alapítványok, egyesületek legfontosabb elemeit, feltételeit, jellemzőit is számba veszi a szerzőpáros.

A vállalkozói lét természetesen nemcsak előnyöket rejt magában, hanem számos kötelezettséget is ró a vállalkozóra. A könyv negyedik alfejezetében az államháztartással szembeni fizetési kötelezettségek kerülnek bemutatásra. Ebben a részben az adózásról, illetve a különféle adónemekről kapunk világos képet, mellyel minden vállalkozónak tisztában kell lennie. Nem feledkeztek meg a szerzők az adózás rendjének ismertetéséről sem, mely a vállalkozás bejelentésétől kezdve, az adómegállapításon át, az adóbevallásig vezetik végig az olvasót. Nagy segítség, hogy a szerzők a helyi adók és járulékok befizetésével kapcsolatos határidőket külön táblázatba szedték, ezzel is megkönnyítve a vállalkozásra készülők dolgát. A kulturális vállalkozás jellegzetessége okán további olyan kategóriák, fogalmak is részletesen tárgyalásra kerülnek, mint például a *jogdíjak*. Az elméleti rész végül egy gazdag fogalomtárral segíti a széles ismeretkör és a vállalkozói, jogi világban való eligazodást.

A könyv III. fejezetében következnek a gyakorlati feladatok. A mintegy húsz gyakorlat olyan témakörökre épül, mint a társadalmi vállalkozás, cégalapítás, vízió-misszió, üzleti modell, eladó, tudás-, illetve piac vezérelt ötlet, termékfejlesztés, vevő, marketingmix, elosztási csatornák, pénzügyi tervezés, közösségi finanszírozás, erőforrások, kulcspartnerek, alapítvány, sportszervezet, civil szervezet, rendezvényszervezés. A gyakorlati feladatok érdekesen, játékosan segítik elsajátítani az elméleti ismereteket, kreatív megoldások kibontakoztatását segítik elő a gyakorlati feladatokat megvalósítók számára.

A mű végül azzal is szolgálja a kulturális vállalkozás működtetéséhez szükséges ismeretek gazdagítását, hogy jó gyakorlatokat mutat be olyan kulturális jellegű vállalkozások soraival,

amelyek sikeresek, és ezáltal nemcsak a maguk hasznára, hanem környezetük, illetve szélesebb köreikben fellelhető közösségeik számára is értéket teremtenek.

Pedagógiai érzékről árulkodik a könyv utolsó fejezete, a *Tanulást segítő kérdések* című rész, melynek segítségével jól, magabiztosan elsajátíthatók az olvasott ismeretek.

Összefoglalásul Szabó József és Katonáné Kovács Judit **Kulturális vállalkozás- és gazdaságfejlesztés** című műve gazdag és részletes képet ad számunkra, olvasók számára a *kulturális értékteremtés vállalkozói és gazdasági szemléletmódjáról*, mely által fenntarthatóvá válik az a társadalmi hozzáadott érték, mely a kultúra produktumai által, a kulturális szolgáltatásokon keresztül jut el a társadalom valamennyi tagjához.

Felhasznált irodalom:

- Szabó József és Katonáné Kovács Judit (2018): Tudástár a közösségi művelődésben - VII. kötet: Kulturális vállalkozás - és gazdaságfejlesztés. NMI Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft., Lakitelek. Elérhető: <https://nmi.hu/wp-content/uploads/2019/02/Tud%C3%A1st%C3%A1r-VII.-Kultur%C3%A1lis-v%C3%A1llalkoz%C3%A1s-%C3%A9s-gazdas%C3%A1gfejleszt%C3%A9s.pdf>. 2021. 10.11. 08.49.
- Horváth Sándor (2000): Bevezetés: a kultúra-gazdaságtanról. Aula Kiadó, Budapest, 9- 15. o.
- Daubner Katalin, Horváth Sándor, Petró Katalin (szerk.) (2000): Kultúra-gazdaságtani tanulmányok. Aula Kiadó, Budapest.