

akkor a gyors tulajdonváltás, a spanyolok gyakran agresszív reklámhadjárata, a privatizációt kísérő elbocsátások, a minőséggel nem mindig összhangban emelkedő szolgáltatási tarifák kedveztek a spanyolelles véleményeknek. A CEPAL (az ENSZ Latin-amerikai Gazdasági Bizottsága) 1999-es beszámolójának zárógondolata szerint a 21. sz. elején a spanyol vállalatok latin-amerikai terjeszkedésük legnehezebb szakaszába értek, amikor is el kell érniük, hogy a piac, a hatóságok, az ügyfelek elfogadják befektetéseiket, és azok beépüljenek a befogadó országok gazdaságába (CEPAL 1999).

IRODALOM

- ARAHUETES GARCÍA, A.–ARGUELLES ÁLVAREZ, J. 1996. Las inversiones directas de España en América Latina, 1981–1992. – Revista CIDOB d’Afers Internacionals 37. Barcelona
- CASILDA, B.R. 2002. La década dorada. Economía e inversiones españolas en América Latina 1990–2000. – Universidad de Alcalá, Servicio de Publicaciones
- CEPAL 1999-2002. La inversión extranjera en América Latina y el Caribe. Informe 1999-2002. – Santiago de Chile, www.cepal.org
- CHISLETT, W. 2003. La inversión española directa en América Latina: Retos y oportunidades. – Real Instituto Elcano, Madrid
- CUENCA GARCÍA, E. 2002. Europa e Iberoamérica. – Editorial Síntesis, Madrid. pp.169–200.
- ÉLTETŐ A. 2000. A perifériás és félperifériás országok az Európai Unióban. A 90-es évek folyamatai. – Műhelytanulmányok 25. MTA VKI, Bp. 36 p.
- España tiene ventajas al invertir en Chile, porque conoce nuestro mercado – El País, 2003. 07. 08.
- La incertidumbre de América Latina – El País, 2003. 08. 03.
- UNCTAD 2004. World Investment Report 2004. The Shift Towards Services. – New York-Genf, pp. 58–68.
- www.bbva.es: a Bilbao Vizcaya Argentaria Bank honlapja
- www.endesa.es: az Endesa honlapja
- www.gruposantander.es: a Santander Central Hispano Bank honlapja
- www.iberdrola.es: Iberdrola honlapja
- www.mcx.es: Dirección General de Comercio e Inversiones. Registro de Inversiones Exteriores
- www.repsol-ypf.com: Repsol-YPF honlapja
- www.telefonica.es: a Telefonica honlapja
- www.unionfenosa.es: az Unión Fenosa honlapja

Beszámoló a Földrajzi Stratégiai Fórumról

A 2005. évi Stratégiai Fórumot (okt. 27.) a PTE Földrajzi Intézete rendezte meg, amelynek témája a geográfia marketingje volt. A földrajz helye és feladata című nyitó előadásában TÓTH J. hangsúlyozta, hogy nő a földrajz szerepe a világban, főként gyakorlati szerepe miatt, mivel globalitás korában kell a földrajzos szemlélet, az egységben látás. Sajnos hazánkban nem tapasztalható ez a tendencia. A geográfiai hazai pozícióvesztésének fő oka akadémiai képviseletének elégtelensége. A regionalitás fontos tényező amely nagy lehetőség a földrajz számára, mert a NUTS II. régiókba érkező óriási pénzek fogadására a kistérségeknek földrajzos látásmóddal rendelkező szakemberek kellene. Ezáltal a geográfusok kerülnek pozícióba. A pályázatok szintén olyan lehetőséget

jelentenek a földrajz számára, ahol kötelező a szakma jelenléte. A geográfia marketingje terén kiemelten fontos szerepet tulajdonított a folyóiratoknak, és bemutatta az Explorer című új folyóiratot. Továbbá hangsúlyozta annak fontosságát, hogy az egyetemek segítséget nyújtsanak végzős hallgatóknak az elhelyezkedésben.

A megnyitót követően a résztvevők közösen helyezték el az emlékezés virágait a kiemelkedő magyar geográfus, PRINZ Gyula szobránál. A koszorúzás után "A földrajzi felsőoktatás piaca: hallgatók körében végzett felmérések eredményei" c. előadásra került sor. Először PAP Norbert mutatta be a kutatást, amely egy nagy projekt mellékterméke volt, majd NÉMETH Júlia ismertette az eredményeket. A vizsgált kérdések sorában elsőként a családi háttér szerepelt, amelyben a középiskolai végzettségű szülők voltak túlsúlyban. A kulturális szokásokra vonatkozó vizsgálódás a könyvtárlátogatási szokásokat mutatta be. Ennek eredményei azt tükrözték, hogy a hallgatók az évek múlásával egyre ritkábban járnak könyvtárba. A kutatás során megvizsgálták továbbá a hallgatók fogyasztási, pénzköltési szokásait, valamint a hallgatók képzéssel kapcsolatos véleményeit. A képzés megítélése a magasabb évfolyamok esetén folyamatosan romlik. Vizsgálat tárgyát képezte még a motiváció, amely során hangsúlyos eredményként jelentkezett az elhivatottság és a multidiszciplinaritás, mint további tanulmányok kiindulási alapja. A kutatás utolsó kérdéskörét a jövőbeni tervek jelentették. A hallgatók a végzés közeledtével egyre kevésbé bíznak a geográfusként történő elhelyezkedésben, és egyre inkább előtérbe kerül a másoddiploma megszerzése. Ezt követően egy meghívott marketingszakember KURÁTH Gabriella előadása a felsőoktatási marketing elméleti kérdéseit világította meg.

A délutáni fórum vitaindító előadásán MEZŐSI Gábor a geográfus szak marketingjével kapcsolatban kiemelte a munkaerőpiac fontosságát, hangsúlyozva, hogy a geográfianak figyelni kell a munkaerőpiac igények változására. A képzés 3 célpiacot határoz meg. Ma a legismertebb tudományos piacra dresszírozzák a hallgatókat, de ez a piac nagyon szűk, nincs perspektívája. A másik két piacról a szakmának csak sejtései vannak. A K+F piacon nincs elég képviselője a tudománynak, a nagy létszámot felvenni képes munkaerőpiacról pedig nagyon kevés az információ, e téren a legkisebb tapasztalat. Kiemelte a gyakorlat orientáltság fontosságát, a munkaerőpiacra belül kb. 10–11 területen nagyjából 50 szakmához lehetne kapcsolni a geográfust. Alapvető feladat a lehetőségek felvázolása a hallgatók számára, valamint a megfelelő szakmákhoz a megfelelő induló tudás megtalálását. További feladat a szakma számára a cégek megszorongatása az irányban, hogy bizonyos szakmákban a földrajz tudja a legjobb szakembereket adni. Versenyhelyzetbe kell hozni a geográfushallgatót, adaptálni kell a képzés a kiválasztott szakmához, továbbá fel kell tártani a K+F valamint a munkaerőpiacot. Van igény a földrajzra, ezt az évi 800 hallgató jelzi, de erre a szakra főként másodvonalú hallgatók érkeznek. Véleménye szerint kiemelt probléma, hogy a munkaerőpiacra el kell hitetni azt, hogy a geográfus is szakma.

MÉSZÁROS Rezső szerint vissza kell térni az alapokhoz, és a geográfus, valamint a földrajztanári szakmát két dologként kell elfogadtatni. Egyrészt el kell ismertetni a geográfus szakma létjogosultságát, másrészt változtatni kell a földrajztanári szakma megítélésén. GAAL Zoltán brit példával igazolta a geográfus alapképzettség nagy előnyét, a konvertálhatóságot. Fontos lenne a magyar geográfia nemzetközi integrálódása és nemzetközi standard rendszerekhez történő konvergálása. A K+F piac is igényli a geográfia európai kutatási térhez való kapcsolódását, amelynek sarkpontja lehet angol nyelvű magyar szakmai folyóirat létrehozása. MEZŐSI G. erre úgy reagált, hogy a brit és a magyar alapozó oktatás nem hasonlítható össze, mivel a magyar BSc megalkotására rányomta bélyegét az egzisztenciális kérdés, valamint a 150 évnyi porosz rendszer eltérő logikája.

TIMÁR Judit szerint a geográfussal együtt a földrajzot is el kell adni, mivel nincs a földrajzról kialakított társadalmi kép, így propagálni kell. Mivel nincs bent a köztudatban, a döntéshozóknak eszükbe sem jut a geográfusok alkalmazása. Meg kell tanítani az embereket, hogy mire alkalmasak a geográfusok. MEZŐSI G. megkérdőjelezte, hogy kell-e nemzetközi folyóirat, ha a magyarokat sem tudjuk finanszírozni. SCHWEITZER Ferenc kiemelte, hogy a nagy öregek alkalmazott geográfiát műveltek, és ak-

kor sem vették őket komolyan. A tudományt hasznossá kell tenni, és a munkánk csak akkor hiteles, ha korrekt és használható. A geográfiában nagyon mérnöki szemléletű képzésre van szükség, mivel e nélkül geográfia nem maradhat meg, ugyanis a környezettudományi szakok „kicsinálják”.

Az ezt követő előadásokban PAP Norbert a pécsi termékcsoomagokról szólt, ismertette PTE Földrajzi Intézetében folyó képzések sajátosságát. Hangsúlyozta azon elképzeléseket, amelyek szerint kevesebb tanszék, de több kutatóhely, új folyóirat és könyvsorozat kell.

TÓTH J. a PTE Doktori Iskolájáról tartott előadást, amelyben a tantárgy, szak, szemlélet, tudomány négyes tagolás fontosságát emelte ki. A doktori iskolák fő feladata az elitképzés, amely kulcskérdés az oktatás, a kutatás és a társadalom szempontjából is. Országszerte mintegy 400 doktorandusz van, de nagyon nehéz elhelyezkedniük. Sok tehetségvész el a tudomány elégtelen támogatottsága miatt, nincs elég státusz, sokan kimennek külföldre. Az iskolák közötti kapcsolatok erősítésre szorulnak, kooperálniuk kell. Bátorabb innovációk kellenek, amelyek során világtrendek felismerésére van szükség. Fontos az MTA kutatóhelyeihez és a regionális kutatásokhoz kapcsolható kutatócsoportok felállítása, újjászervezése. Ezután FICKÓ Zsuzsanna „Irány a piac!” c. előadása hangzott el, amely a geográfia marketingjének kialakításához ígért taktikai segítséget.

Utolsóként KOVÁCS Zoltán MFT főtitkár beszélt a Társaság marketingstratégiájáról. Kiemelte: alapvető kérdés, hogy mit kap a hallgató végzéskor, ezt ki kell dolgozni a BSc-re is, nem csak az ötéves geográfusképzésre, mivel egyre több szolgáltató szakmunkásra lesz szükség, amelyhez érettséginnél több kell, de felesleges az egyetemi végzettség. Gond, hogy a 3 éves BSc is poroszos lett. A Társaság mai helyzete 3 problémát vet. 1. A szakma csökkenő súlya, általános presztízsvesztesége, amely az ismeretszerzés körülményeinek megváltozásával függ össze. 2. Apad a taglétszám, ennek oka a kiöregedés és a konkurencia. 3. pénzügyi gondok a csökkenő bevételeknek és a növekvő kiadások miatt. Tennivalóként a promóciók fontosságát (internetes megjelenés, prospektus a Társaságról), amely a tagtoborzást segítené. Vissza kell állítani a vegetáló Földrajzi Közlemények renomóját, vonzóbb társasági programok kellenek, és részt kell venni a pályázati dömpingben. TRÓCSÁNYI A. vitaindítóként tette fel azt a kérdést, hogy tudjuk-e alakítani az általános földrajz képet.

SÜLI-ZAKAR István elmondta, hogy rendszerint kapnak pozitív visszajelzéseket önkormányzatoktól, polgármesterektől a geográfus hallgatók kiváló képzettségét illetően, és gyakrabban kérnek javaslatokat alkalmazandó geográfusokkal kapcsolatban, ami a szakma növekvő (el)ismertségét jelzi. Felmerült egy „hírlánc” létrehozása, amely a munkaalkalmak és egyéb hírek közreadásában játszik fontos szerepet. A szakma súlyvesztéséhez szólva kiemelte, hogy régen is panaszkodtak ezzel kapcsolatban, de vannak a geográfiánál rosszabb helyzetben lévő szakok, mivel ide legalább jelentkeznek hallgatók. Meg kell találni a megfelelő utat, de látni kell azt, hogy kint sem sokkal jobb a helyzet. Fontosnak tartotta kiemelni, hogy a környezetet magunk alakítjuk, ezért a földrajznak megfelelő környezet kialakítása a saját felelősségünk. PAP N. hangoztatta, hogy a területfejlesztésben a geográfushallgatók versenyképességüknek bizonyultak. EKÉNÉ ZAMÁRDI Ilona szerint a piacképesség szempontjából ki kell emelni az alkalmazott geográfia szükségességét, de látni kell a versenyhelyzetet. Hangoztatta annak fontosságát, hogy együttműködési készséget kell kifejteni a versenytársakkal.

HORVÁTH Béla szerint a mérnöktársadalom bevonása a geográfia presztízisének növekedéséhez vezet (az 1960–1970-es években meglévő mérnök-közgazdász kooperációk) és hangsúlyozta, hogy jó pár mérnöki tevékenység nem nélkülözhetné a földrajzi szemléletet. Véleménye szerint nagyon fontos lenne a mérnök-geográfus másodképzések beindítása. MEZŐSI G. válaszában hangoztatta, hogy a földrajztudományok leszűkültek a lehetőségei és csökkentek a jogai az esetleges új képzések terén.

CSÁSZÁR Zsuzsa kiemelte, hogy a földrajz helyzete a közoktatásban és az oktatásügyben dől el. Nagyon fontos a tantervek átalakítása és a tanárképzés megreformálása, amelynek eredményeként fogyaszthatóbb földrajz kapható. A középiskolások és az egyetemi oktatók között hidat kell létrehozni. Az egyetemi oktatás megjelenése a középiskolákban a tanár társadalmat is motiválhatná, innovatívabbá tenné. Kiemelten fontos az oktatáspolitikusok felé történő nyitást, valamint a földrajz lobbitevékenységének erősítése.

Kocsis Károly az egykori miskolci mérnök-geográfus oktatás kapcsán elmondta, hogy ez a kísérlet hozott pozitív tapasztalatokat, de alapvető buktatója a mérnöki oktatásban meglévő magas követelmények geográfusokkal szembeni alkalmazása, és az ezzel párhuzamos magas elhullás volt, amelynek következtében pár emberért nem tartották fent a szakot. Ennek következtében a képzés 2 éve megszűnt, és helyette maradt a tömeges geográfusoktatás. KEVEINÉ BÁRÁNY Ilona hozzászólásában hiányolta az összefogást, és sürgette a cselekvést. Véleménye szerint be kell vonni a gyakorlati geográfusokat, valamint korszerűsíteni kell a földrajz által nyújtott tudást, amelyet a BSc-be is be kell építeni.

MEZŐSI G. emlékeztetett arra, hogy a fórum célja a konkrét teendők megbeszélése, alapok lerakása. PAP N. ennek érdekében kisebb létszámú munkacsoportok létrehozását javasolta. TÓTH J. feladatként jelölte meg a végzett hallgatók számbavételét. TINER T. rendhagyó hozzászólásában egy tatabányai oktatás-módszertani eljárást hozott fel követendő példaként. TÓTH J. szerint fontos megvizsgálni azt, hogy honnan hiányzik a térbeliség, ezáltal hol van esélye a földrajznak a bekapcsolódásra. A rendelkezésre álló idő leteltével a fórum véget ért, jelentős muníciót adva a résztvevőknek az elhangzottak továbbgondolására.

SZABÓ ANDRÁS–TRÓCSÁNYI ANDRÁS

A kiadásért felel az MTA Földrajztudományi Kutatóintézet igazgatója
A kiadvány előállítását az MTA Földrajztudományi Kutatóintézet végezte
Felelős vezető: SCHWEITZER FERENC
Budapest, 2006
Főszerkesztő: TINER TIBOR
Technikai munkatársak: MOLNÁR MARGIT, POÓR ISTVÁN, TÁRKÁNYI LÁSZLÓNÉ
Fedélterv: REDL ANNA
HU ISSN 0015–5403