

Kulturális és kreatív ipar a Szigetközben

Cultural and creative industry in the Szigetköz area

KÉZAI PETRA KINGA, GOMBOS SZANDRA, JAKOBI ÁKOS

KÉZAI Petra Kinga: tudományos segédmunkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete, Nyugat-magyarországi Tudományos Osztály; 9022 Győr, Liszt Ferenc u.10.; egyetemi tanársegéd, Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, Vezetéstudományi és Marketing Tanszék; 9026 Győr, Egyetem tér 1.; junior kutató, IASK Felsőbbfokú Tanulmányok Intézete; 9730 Kőszeg, Chernel K. u. 14.; kezai.petra.kinga@sze.hu; <https://orcid.org/0000-0001-5427-0127>

GOMBOS Szandra: adjunktus, Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, Vezetéstudományi és Marketing Tanszék; 9026 Győr, Egyetem tér 1.; junior kutató, IASK Felsőbbfokú Tanulmányok Intézete; 9730 Kőszeg, Chernel K. u. 14.; gombossz@sze.hu; <https://orcid.org/0000-0002-1500-5918>

JAKOBI Ákos: egyetemi docens, Eötvös Loránd Tudományegyetem, Regionális Tudományi Tanszék; 1117 Budapest, Pázmány Péter sétány 1/C.; senior kutató, IASK Felsőbbfokú Tanulmányok Intézete; 9730 Kőszeg, Chernel K. u. 14.; jakobi.akos@ttk.elte.hu; <https://orcid.org/0000-0001-9624-7785>

KULCSSZAVAK: kulturális és kreatív ipar; vállalkozás; COVID-19; Szigetköz

ABSZTRAKT: A 21. században a kulturális és kreatív gazdaság helyi és regionális szinten is hozzájárul a jólét megteremtéséhez. Jelen tanulmány a kulturális és kreatív gazdaság helyzetét vizsgálja a Szigetközben. Célja feltárni a szűken értelmezett kulturális és kreatív ipar erejét és a benne rejlő, eddig még feltáratlan potenciálokat a Szigetköz területén található 35 településen.

Elemzésünk elején szakirodalom által tárjuk fel a kulturális és kreatív iparágak (CCI) fogalmát, majd statisztikai elemzések alapján határozzuk meg a Szigetközben annak súlyát és jelentőségét a 2015–2020 közötti időszakban. A vizsgálat a Dun & Bradstreet Hungary Kft. céginformációs rendszer adatain alapul, és kitér külön az egyéni vállalkozásokra és a gazdasági társaságokra.

Mivel a folyamathoz komplex módon közelítettünk, ezért figyelembe vettük a helyi jellegzetességeket, és munkánk második részében interjúk (n=21) kerültek felhasználásra. Tanulmányunk a szigetközi kistáj mikroszintű CCI szektorát kívánja bemutatni a 2015–2020 időszakban, ahol a gazdasági társaságok száma folyamatosan csökken, az egyéni vállalkozók száma folyamatosan nő, de többségük tevékenysége kevésbé látható (és ezáltal kevésbé igénybe vehető) a szélesebb közönség számára. Rávilágít továbbá a Szigetköz kulturális és kreatív iparának problémáira és hiányosságaira, amelyek négy fő csoportba sorolhatóak: a kreatív gazdaság helyi meghatározottsága, a kereslet és kínálat „találkozási pontjai”, az együttműködések és kommunikáció, valamint a kreatív gazdaság működési és operatív kérdései. A tanulmány a szigetközi térség kulturális és kreatív iparának fejlesztésére tett ajánlásokkal zárul.

Petra Kinga KÉZAI: junior research fellow, West Hungarian Research Department, Institute for Regional Studies, Center for Economic and Regional Studies; Liszt Ferenc u. 10., H-9022 Győr, Hungary; assistant lecturer, Department of Corporate Leaderships and Marketing, Kautz Gyula Faculty of Economics, Széchenyi István University; Egyetem tér 1., H-9026 Győr, Hungary; junior



research fellow, IASK Institute of Advanced Studies Kőszeg; Chernel K. u. 14., H-9730 Kőszeg, Hungary; kezai.petra.kinga@sze.hu; <https://orcid.org/0000-0001-5427-0127>

Szandra GOMBOS: assistant professor, Department of Corporate Leaderships and Marketing, Kautz Gyula Faculty of Economics, Széchenyi István University; Egyetem tér 1., H-9026 Győr, Hungary; junior research fellow, IASK Institute of Advanced Studies Kőszeg; Chernel K. u. 14., H-9730 Kőszeg, Hungary; gombossz@sze.hu; <https://orcid.org/0000-0002-1500-5918>

Ákos JAKOBI: associate professor, Department of Regional Science, Eötvös Loránd University; Pázmány Péter sétány 1/C., H-1117 Budapest, Hungary; senior researcher, IASK Institute of Advanced Studies Kőszeg; Chernel K. u. 14., H-9730 Kőszeg, Hungary; jakobi.akos@ttk.elte.hu; <https://orcid.org/0000-0001-9624-7785>

KEYWORDS: cultural and creative industry; entrepreneurship; COVID-19; Szigetköz

ABSTRACT: Cultural and creative economy contributes to wealth creation in the 21st century at the local and regional levels. This study examines the situation of the cultural and creative economy of Szigetköz for the period of 2015-2020. Its aim is to explore the strengths and unexplored potentials of the narrowly defined cultural and creative industries in 35 municipalities in the Szigetköz region. Our paper presents a novel approach to studying creative economy by focusing on the micro-level. Similar analysis has been conducted by Egedy (2021) who elaborated on the urban geography of the creative economy through the example of the Budapest agglomeration. Our study shares this research agenda by presenting the local specificities of the creative class in the region of Szigetköz, located in the West-Hungarian region. The analysis starts by exploring the concept of cultural and creative industries (CCI) as defined by the literature, followed by the statistical analysis of self-employed entrepreneurs and companies to determine its weight and importance in the Szigetköz. For the analysis of local characteristics we rely on in-depth qualitative interviews (n=21).

Our research findings indicate that the number of companies is steadily decreasing and the number of self-employed is steadily increasing, although most of their activities are less visible (and therefore less accessible) to the wider public. The paper also highlights the problems and gaps in the cultural and creative industries of Szigetköz, which can be grouped into four main categories: the localisation of the CCI, the meeting points' of supply and demand, cooperation and communication, and the operational and managerial issues of the CCI.

The results of this research may contribute to the long-term improvement of the labour market and economic position of the region. Our study also aims to inform the leaders of the region's municipalities and encourage them to draw inspiration from good practices for the development of their own rural areas. The study concludes with recommendations for the development of the cultural and creative industries in the Szigetköz area, for which attracting the creative class to the region is essential.

Bevezetés

A kulturális és kreatív iparágakat a gazdaság egyik legperspektivikusabb ágazataként ismerik el világszerte, amelyek nagy potenciállal rendelkeznek, hozzájárulva a helyi és regionális jóléthez, illetve munkahelyteremtéshez. A 21. század első évtizedében a kulturális és kreatív ipar (CCI) a gazdaság jelentős részévé vált és mára a világgazdaság közel három százalékát adja. A gazdasági előnyökön túl elősegíti a fenntartható városfejlesztést, a kreativitást és a kultúrát (Klein et al. 2021). A kreativitás már a területfejlesztési stratégiákban is megjelenik, hiszen a városok és régiók igyekeznek növelni vonzerejüket a kreatív osztály számára, ezáltal támogatva a kulturális és kreatív iparágakat (Richards 2020).

A tanulmány az új gazdaság három pilléréből - az információgazdaság, a kreatív gazdaság és a kulturális gazdaság (Baji 2014) - kettőhöz szorosan kapcsolódva vizsgálja a kulturális és kreatív ipart hazánk egy egyedi természeti adottságokkal, vizes élőhelyekkel tarkított kistáján, a Szigetközben. Jelen folyóirat hasábjain korábban már megjelent a kreatív gazdaság földrajzi jellemzőiről egy átfogó írás (Kovács, Egedy, Szabó 2011), amely elsősorban a kreatív gazdaságban foglalkoztatottak számának alakulását elemezte, majd Keresneyei és Egedy (2016) a kreatív osztály letelepülési szokásait, a kreatív dolgozókat és a kreatív cégeket mozgató tényezőket vizsgálták Pécs példáján keresztül. Jelen tanulmányban a fent említett írásokhoz hasonlóan az ágazati megközelítést vesszük alapul a foglalkoztatás vagy a Rittgasszer (2009) által kidolgozott mutatószám rendszer helyett. Mivel a Szigetköz kreatív szempontból történő vizsgálata korábban nem történt meg, ezért a kutatás során Keller (2020) tanulmányához hasonlóan vegyes módszert alkalmaztunk: a szakirodalom elemzése mellett a kulturális és kreatív ipar vizsgálatára kvantitatív, míg kiemelten a kreatív osztály vizsgálatára kvalitatív módszereket alkalmaztunk (Ghuri, Gronhaug 2011; Babbie 2021).

A kutatás fő célja a Szigetköz kreatív gazdasága jelenlegi helyzetének felmérése és a jövőjére vonatkozó prognózisok, fejlesztési irányok megfogalmazása a kreatív osztály letelepedését a fókuszba helyezve. A tanulmányban arra keressük a választ, hogy milyen kreatív gazdaságba sorolható szereplők vannak jelen a Szigetközben, és ezek milyen tevékenységeket, hol és milyen mértékben végeznek, továbbá hogy a kreatív osztály tagjai életében milyen letelepedési tényezők játszottak fontos szerepet. Florida (2002) elméletét alapul véve megnéztük, hogy milyen tényezők játszhatnak szerepet a kreatív szereplők térségbe vonzásában, és hogy milyen típusú kreatív és kulturális fejlesztési irány lehet a legmegfelelőbb a Szigetközben.

A tanulmányban bemutatott eredmények újdonsága elsősorban abban rejlik, ahogy Bilan et al. (2019) megfogalmazta, hogy az elmúlt évtizedben a kreatív gazdaság országos és regionális helyzetéről több kutatási eredményt publikáltak, viszont kevés mikroszintű (települési, városi) szintű elemzés született (Keresneyei és Egedy 2016). Ilyen elemzés például Egedy (2021) munkája, amelyben a budapesti agglomeráció példáján keresztül dolgozta fel a kreatív gazdaság városföldrajzát. Jelen tanulmány fontos lépés lehet ezen az úton, mivel egy újabb, a nyugat-magyarországi régióban elhelyezkedő Szigetköz térségének vonatkozásában mutatja be a kreatív osztály lokális sajátosságait. A kutatás eredményei a kreatív munkaerő bevonzásán keresztül hosszú távon hozzájárulhatnak a régió munkaerő-piaci és gazdasági helyzetének javulásához. Továbbá hozzájárul a szigetközi települések vezetőinek a tájékozódásához, és ösztönzi őket, hogy a jelenlegi pandémia okozta gazdasági válságban a jó gyakorlatokból ötletet meríthessenek saját vidéki területeik fejlesztésére. Hiszen, ahogy a Design Terminal (2016) tanulmányában is megfogalmazódott, „a kreatív ipar kitörési pont Magyarország számára. Olyan nagy hozzáadott értékű, munkaintenzív szektor, aminek hagyománya van Magyarországon” (Design Terminal 2016, 3.).

A kutatás egyrészt Kereszneyei és Egedy (2016) vizsgálatához kapcsolódva a Dun & Bradstreet Hungary Kft. céginformációs rendszer mikroszintű (települési és városi) adatai alapján értékelte a kreatív gazdasághoz tartozó társas és egyéni vállalkozásokat a 2015–2020 közötti időszakban, másrészt interjúk készültek a helyi CCI szereplőkkel (n=21), a kreatív osztály számára térségi vonzerőt jelentő tényezők és a nehézségek feltárására.

A kulturális és kreatív ipar a területfejlesztésben

Hall (1998) vizsgálatai azt bizonyítják, hogy a kulturális és kreatív ipar döntő többsége a nagyvárosokra koncentrálódik. Az Egyesült Királyságban a kulturális iparág foglalkoztatottjainak 26 százaléka már az ezredfordulón is Londonban koncentrálódott (Pratt 1997), az Egyesült Államokban pedig 50 százalékuk a nagyobb metropoliszokban volt megtalálható (Scott 2000). Scott (2010), valamint Miszlivetz és Márkus (2013) is azt állítják, hogy a kulturális és kreatív ipar által generált változások a leglátványosabbak a modern világ metropoliszaiban, de a városi hierarchia alsóbb szintjén elhelyezkedő városokban is megfigyelhető, hogy követik a trendeket, mint például a kisebb kézműves és kulturális központok a modern Olaszországban (Cuccia, Santagata 2002; Mizzau, Montanari 2008, idézi Scott 2010). A kreatív városokról szóló pozitív esettanulmányok javarészt nagyvárosokra és azok metropolisz régióira vonatkoznak (Ságvári, Dessewffy 2006; Scott 2000), ahol a kreatív gazdaság aránya a teljes gazdasághoz viszonyítva akár a kétszeresére is megnövekedett, ami a kisebb városok számára is mintaként szolgálhat. Tehát manapság a kisebb és nagyobb városok egyaránt „mágikus receptként” használják a kultúrát és kreativitást, hogy versenyképesek maradjanak a globális piacon (Blessi et al. 2012). Egedy és szerzőtársai (2013) szerint a kreatív, kulturális gazdaság fejlesztése nem gazdasági fejlettség kérdése; a gazdaságilag kevésbé fejlett városok is választhatják a fejlődés ezen útját. Az, hogy egy város a kultúrát tekinti-e a fejlesztés eszközeként, és hogy miként használja, több tényezőtől is függ; az aktuális városvezetéstől, a megismert jó példáktól, a település adottságaitól, a felmerülő lehetőségektől és más egyéb tényezőktől. Az viszont tény, hogy az 1980-as évektől a kreativitás és a kultúra a figyelem középpontjába került, és a városok folyamatosan alkalmazzák a különböző ilyen irányú fejlesztési stratégiákat. Grodach és Loukaitou (2007) rendszerezte az Európában és az Egyesült Államokban az elmúlt évtizedekben alkalmazott CCI fejlesztési stratégiákat (1. táblázat), amelyek véleményünk szerint a helyi körülmények figyelembevételével alkalmazhatóak lehetnek a Szigetközben is.

Grodach és Loukaitou (2007) alapján három fő stratégiai irányt különböztethetünk meg.

- A *vállalkozói stratégia* célja a városimázs növelése, a gazdasági növekedés elérése a turizmus és a magánszektor befektetéseinek ösztönzése által. Fő

célcsoportjai ennek megfelelően a turisták és a tehetős helyi lakosok. A stratégia pedig a különleges, „zászlóshajó” rendezvények és az események megfelelő promotálására épül.

- A *kreatív osztályt odavonzó stratégia* alapvetően Florida (2002) alaptételéből ered, miszerint, ha új lakosokat/alkalmazottakat vonzunk a város kreatív gazdaságába, és emelkedik az életminőséget növelő szolgáltatások száma, akkor a település gazdasági növekedésnek fog indulni. Ez művészeti és szórakoztató negyedek létesítésével, valamint a művészetek és a magán-szektor közötti együttműködés ösztönzésével, megteremtésével valósítható meg. Így e stratégiai irány célcsoportjába a jelenlegi és jövőbeli lakosok, valamint a fiatal városi szakemberek és a tudásiparban dolgozók tartoznak. Ezekben az esetekben a fejlesztések földrajzi fókuszja a városközpont, illetve a történelmi városrészek.

1. táblázat: Kulturális és kreatív fejlesztési stratégiák
Cultural and creative development strategies

<i>Stratégia típusai</i>	<i>Célok</i>	<i>Kulturális projektek és programok típusai</i>	<i>Földrajzi fókusz</i>	<i>Célcsoport</i>
Vállalkozói	Gazdasági növekedés a turizmus által, városimázs	„Zászlóshajó” kulturális projektek	Városközpont	Turisták
	Ösztönözni a magánszektor befektetéseit	Különleges rendezvények Promóciós tevékenység	Elsődleges városi területek	Tehetős helyi lakosok és külvárosban élők
Kreatív osztályt vonzó	Gazdasági növekedés az életminőséget növelő szolgáltatások által	Művészeti és szórakoztató negyedek	Városközpont	Jövőbeli és jelenlegi lakosok
	Új lakosok és alkalmazottak vonzása a „kreatív gazdaságba”	Együttműködés a művészetek és a magánszektor között	Történelmi városrészek	Fiatalkorú, városi szakemberek és „tudásalapú” dolgozók
Progresszív	Közösségfejlesztés Művészeti oktatás	Közösségi művészeti központ Művészeti oktatási program	Városközpont Kevésbé kiszolgált városrészek	Kevésbé kiszolgált helyi lakosság

Forrás: Grodach, Loukaitou (2007)

- A *progresszív kulturális stratégia* a kevésbé kiszolgált helyi lakosságot célozza meg a helyi közösség fejlesztése, a helyi kulturális termelés ösztönzése és a művészeti oktatás által. Itt azonban a városközpont mellett a kevésbé kiszolgált városrészek kerülnek a figyelem középpontjába, ahol közösségi művészeti központ létrehozásával és a művészeti oktatás fejlesztésével zárközttatnák fel a városrészeket, és ezáltal fejlődne a város is (Grodach, Loukaitou 2007).

Az, hogy a Szigetköz számára melyik fejlesztési stratégia vagy ezek milyen kombinációja lenne a legmegfelelőbb, egy nagyon komplex és soktényezős kérdés, amelyet e kutatás keretein belül nem kívánunk megválaszolni, pusztán az egyes irányok előnyeit és hátrányait bemutatni az elvégzett kvantitatív és kvalitatív vizsgálatok eredményei alapján.

Módszertan és minta

A vizsgált terület: Szigetköz

Vizsgálatunk fókuszában a Szigetköz áll, amely Magyarország északnyugati felén a Kisalföldnek, mint makrorégióknak (nagy-táj), ezen belül a Győri-medencének, mint mezorégióknak (középtáj), a Szigetköz-Mosoni síkságnak, mint szubregiónak (kistájcsoporthat) a kistája. A Duna (Öreg-Duna, Nagy-Duna), valamint a Mosoni-Duna között, a Kisalföld középső részén található. Összterülete 375 km², vagyis az ország 0,4 százalékán terül el. A szigetvilág Európában egyedülálló ágrendszer hazánk, sőt Európa egyik legjelentősebb mennyiségű felszín alatti vízkincsével rendelkezik (Pécsi 1975; Szabó 2005). A szigetközi települések a természetföldrajzi egységeknek megfelelően alsó- és felső-szigetközi csoportra oszthatók győri és mosonmagyaróvári központtal, a választóvonal Hédervár és Ásványráró között húzódik (Göcsei 1979; Szabó 2005).

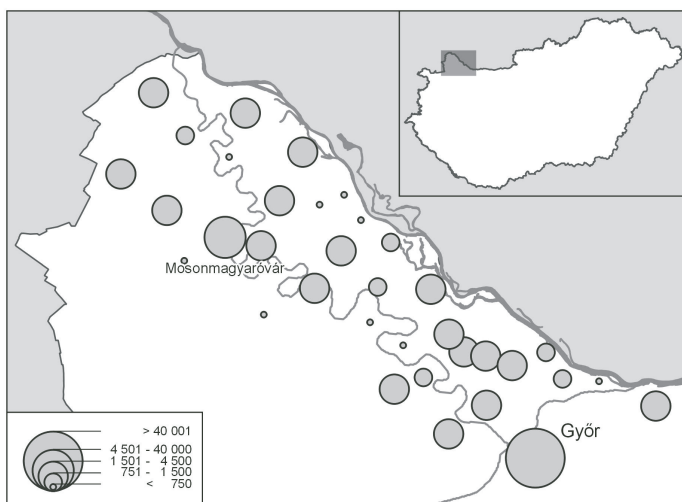
A Szigetközt számos aspektusból vizsgálták már a kutatók: egyrészt mivel a trianoni békeszerződés értelmében a Szigetköz területén az Öreg-Duna lett az új államhatár, elvágva a térséget az északi „nagytestvérétől”, a Csallóköztől, melynek ekkor szinte teljes egészében magyar lakossága volt (Szabó 2005). Így ezen területeken a határmentiség problémája és mikéntje, valamint a határon átnyúló társadalmi-gazdasági kapcsolatok vizsgálata prioritást élvez a regionális és társadalomföldrajzi kutatások között (Hardi 2008, 2012; Hardi, Hajdú, Mezei 2009; Hardi et al. 2021; Jóna et al. 2021). Másrészt a 19. század közepén megkezdődő országos folyó- és vízszabályozási munkák, majd a 1992-ben a Bős-Nagymarosi Vízlépcsőrendszer „C” variánsának megépítésével (a Duna vízének üzemvízcsatornába való elterelésével) a talajvízszintek is drasztikusan lecsökkentek (ÉDUVÍZIG 2020), ami további kutatásokat eredményezett a térségben (Kézai, Dömötör, Fekete 2022a, b). A térség kulturális és kreatív gazdaságához kapcsolódva mindösszesen egy tanul-

mány (Morvay 2019) vizsgálta a Szigetközt Győr város agglomerációja kapcsán a 2023-as évi Európa Kulturális Fővárosa pályázatok versenyében.

Az általunk vizsgált szigetközi települések összesen 225 743 főnek szolgálnak állandó lakhelyül. A legnagyobb település ezek között természetesen a megyeszékhely, Győr, ahol a lakosság 73%-a él. A legkisebb lélekszámú település Vének, ahol 207 fő állandó lakos él a 2020. január 1-ei KSH adatok alapján. Érdekes és fontos tény továbbá, hogy a Szigetköz összlakosságának 86%-át a két nagyváros, Győr és Mosonmagyaróvár adja, és mindössze 14% él a falusi településeken (KSH 2020a).

A vizsgálat területeként a Szigetköz 35 települése szolgált: Győr, Mosonmagyaróvár, Hegyeshalom, Vámoszabadi, Győrzámoly, Rajka, Halászi, Abda, Gönyű, Öttevény, Győrújfalu, Dunaszeg, Kimle, Levél, Ásványráró, Máriakálnok, Dunakiliti, Győrladamér, Dunasziget, Darnózseli, Kunsziget, Hédervár, Bezenye, Nagybajcs, Kisbajcs, Lipót, Dunaszentpál, Püski, Mecsér, Feketeerdő, Károlyháza, Mosonudvar, Kisbodak, Dunaremete és Vének (1. ábra).

1. ábra: A vizsgált települések a Szigetközben a lakosságszám szerint
The examined settlements in the Szigetköz area by population



Forrás: a szerzők szerkesztése

CCI gazdasági társaságok és egyéni vállalkozások a Szigetközben

A kutatás kiindulópontjaként a kreatív és kulturális iparágak lehatárolása során felmerült a kérdés, hogy a Kreatív Iparágak Platformja (KIP 2010) által ajánlott 12 szektort, illetve Borsi és Viszt (2010) elemzésében azonosított, szűken vagy szélesen értelmezett kreatív iparágak és TEÁOR ágazati besorolások (KSH 2008) megfeleltetése alapján határozzuk meg. Széles értelmezésben 99 TEÁOR kód (Borsi,

Viszt 2010, 28, 1. melléklet), illetve a szűk értelmezésben mindösszesen 36 TEÁOR besorolás (Borsi, Viszt 2010, 29., 2. melléklet) tartozik hozzá.

Az értelmezés meghatározásánál egyrészt döntő szerepe volt a kutatás időbeli korlátainak. A kreatív és kulturális iparágak lehatárolása során tehát Borsi és Viszt (2010, 28.) alapján szűken értelmeztük az iparágakat (2. melléklet), vagyis összesen 36 TEÁOR kódra végeztük el az adatgyűjtést.

A statisztikai elemzések a Dun & Bradstreet Hungary Információ Szolgáltató Kft. adatbázisán alapulnak (www.dnb.com/hu-hu/). Az adatok 2021. október 11-én kerültek letöltésre az adatbázisból. Az elemzés során egyrészt vizsgáltuk a gazdasági társaságokat, másrészt pedig az egyéni vállalkozókat a 2015–2020 időszakban. Az adatok mindig az adott év utolsó napján működő gazdasági társaságok és egyéni vállalkozók hatályos TEÁOR kódok alapján és jelzett székhelye szerint kerültek legyűjtésre, így garantálva a teljes területi lefedettséget. A létszám adatok esetében az adott évre vonatkozó statisztikai létszám, illetve a pénzügyi adatoknál csak a teljes naptári évre vonatkozó beszámolók kerültek be a vizsgálatba. Az egyéni vállalkozók esetében a pénzügyi adatok tekintetében a NAV teszi közzé a bevétel, jövedelem adófizetési kötelezettség sorokat az adóbevallásokból, de ez az adat is csak a vállalkozók 50%-a esetében érhető el, mivel a 2013-tól bevezetett Kisvállalkozás Tételes Adójának Alanya (KATA) adózási módot választó egyéni vállalkozóknak, egyéni cégeknek nem kell elszámolniuk a költségeiket, és az egyszerű adminisztráció elvén mindösszesen évente egyszer kell adóbevallást készíteniük. A KATA adózás alá tartozó egyéni vállalkozók esetében nem érhetőek el részletes pénzügyi adatok (KATA 2020), ezért az ő esetükben nem számoltunk a pénzügyi adatokkal.

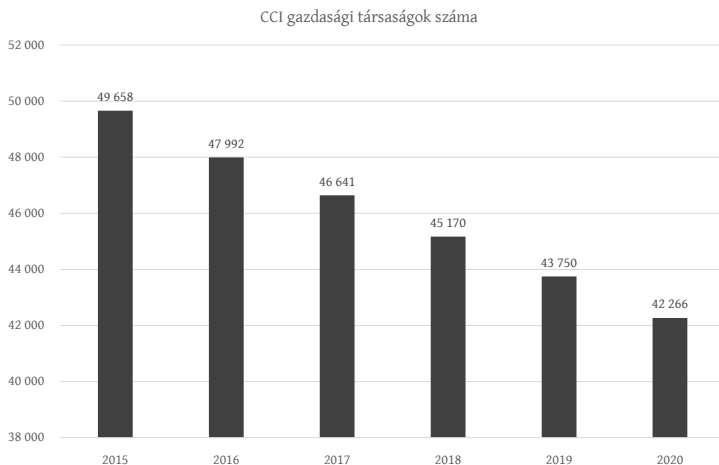
Eredmények

A statisztikai elemzések eredményei a gazdasági társaságok és az egyéni vállalkozások tekintetében

A szigetközi településeken regisztrált székhellyel rendelkező fő tevékenység tekintetében a Borsi és Viszt (2010) által szűken értelmezett kreatív és kulturális iparágához tartozó gazdasági társaságokat és egyéni vállalkozásokat vizsgáltuk a 2015–2020 időszakban (2. melléklet). A statisztikai elemzések alapján megállapítást nyert, hogy a gazdasági társaságok száma 2015–2020 között a 35 településen összesen folyamatosan csökkenő tendenciát mutat. A 2015 bázisév tükrében évente (2016-ban 3%, 2017-ben 6%, majd 9% és 12%), végül 2020-ban már 15%-kal csökkent a CCI gazdasági társaságok száma (2. ábra).

Megvizsgáltuk, hogy 2020 évben a szigetközi településeken regisztrált gazdasági társaságok mely fő tevékenységeket folytatták. Azt tapasztaltuk, hogy a vizsgált települések 28,6%-án egyáltalán nem végez kulturális és kreatív iparág-

2. ábra: CCI gazdasági társaságok a Szigetközben (2015–2020, cégek száma)
CCI firms in the Szigetköz (2015–2020, number of firms)



Forrás: a szerzők szerkesztése

hoz fűződő tevékenységet egyetlen gazdasági társaság sem (Bezenye, Darnózseli, Dunakiliti, Dunaremete, Dunaszentpál, Gönyű, Károlyháza, Kisbodak, Lipót és Rajka). Egy kulturális és kreatív iparághoz kapcsolódó TEÁOR tevékenységet folytatnak gazdasági társaságok Abda, Dunasziget, Feketeerdő, Györladamér, Halászi, Hegyeshalom, Kisbajcs, Kunsziget, Levél, Máriakálnok, Mosonudvar, Nagybajcs, Püski és Vének településeken, kettő TEÁOR tevékenységet Ásványráró, Dunaszeg, Hédervár és Mecsér településeken, három TEÁOR tevékenységet Kimlén, négy TEÁOR tevékenységet Öttevény és Vámoszabadi, illetve öt TEÁOR tevékenységet Győrújfalú és Győrzámoly településeken. A térség két regionális központjában mutatnak nagyobb eltérést a kulturális és kreatív iparágakhoz tartozó gazdasági társaságok tevékenységük szempontjából, hiszen Mosonmagyaróváron tizenhárom, illetve Győrben húsz különböző TEÁOR tevékenység is fellelhető 2020-ban.

A vizsgált CCI szektorhoz szűken értelmezett TEÁOR tevékenységek közül 20 különböző főtevékenységet folytatnak a Szigetközben a különböző gazdasági társaságok. Ugyanakkor ezek a tevékenységek településenként elért mértékben jelennek meg.

Az elemzésbe bevont CCI szakágazatokat Rechnitzer (2016) nyomán négy, a területfejlesztés és a városfejlődés szempontjából fontos tevékenységcsoportba rendeztünk, hasonlóan Kézai és Rechnitzer (2023) munkájához. Az alábbi fő tevékenységi csoportokba soroltuk be az egyes tevékenységeket jellegük szerint (3. melléklet): média és kiadványozás, művészeti tevékenységek, piaci szolgáltatások és tudományos kutatás és fejlesztés (Rechnitzer 2016). A vizsgálat során megállapítást nyert, hogy a CCI szakágazatok csoportosítása alapján a szigetközi települések 35%-án a gazdasági társaságok piaci szolgáltatásokat kínálnak, a tele-

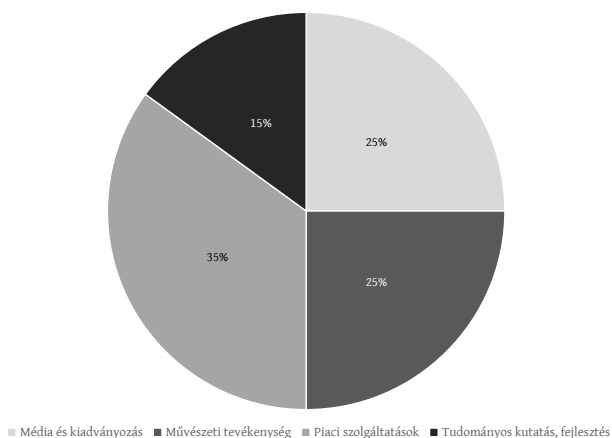
pülések egynegyedén folytatnak média és kiadványozáshoz tartozó, illetve művészeti tevékenységeket. A tudományos kutatás és fejlesztéshez tartozó tevékenységek mindösszesen a települések 15%-án vannak jelen (3. ábra). A két regionális központ, Győr és Mosonmagyaróvár mellett az alábbi településeken: Győrújfalun, Héderváron, Kimle, Mecsér, Mosonudvar, Nagybajcs, Öttevény, Püski és Vámoszabadi egy-egy CCI szektorban tevékeny gazdasági társaság van jelen.

Megvizsgáltuk továbbá a gazdasági társaságok árbevételét és adózott eredményeit is a 2015–2020 időszakban. A felhasznált adatbázisban a gazdasági társaságok 73%-a szolgáltatott pénzügyi adatokat a vizsgált időszakban.

Az egy gazdasági társaságra jutó árbevétel tekintetében a legmagasabb árbevételt a szigetközi településeken az abdai telephellyel rendelkező film-, videó- és televízióműsor-gyártással foglalkozó szervezet, majd a Dunaszegen a divat- és formatervezéssel foglalkozó gazdasági társaság érték el. A regionális központban, Győrben könyvkiadás, egyéb kiadói tevékenységgel, film-, videó- és televízióműsor összeállítással, illetve biotechnológiai kutatás és fejlesztés fő tevékenységgel működő szervezetek érték el a legmagasabb árbevételt 2020-ban.

Következő lépésként megvizsgáltuk a gazdasági társaságokat az adózott eredményeik tekintetében. Azt tapasztaltuk, hogy kimagasló eredményt egy TEÁOR tevékenység ért el a vizsgált időszak három évében, meghaladta a 30 milliárd Ft adózott eredményt: 5829 egyéb szoftverkiadás (2020-ban elérte a 37,4 milliárd Ft-ot). 20 milliárd forint adózott eredményt a reklámügyi tevékenység (2018 és 2020), illetve film-, videó- és televízióprogram (2015) érték el. Az egyéb természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés 2015-ben majdnem elérte ezt a szintet 19,6 milliárd forinttal. A 10 milliárd forint adózott eredményt öt tevékenység is elérte:

3. ábra: A CCI szektorban tevékeny gazdasági társaságok megoszlása a szakágazati csoportok alapján a szigetközi településeken (2020)
The distribution of firms active in the CCI sector by industry grouping in Szigetköz settlements (2020)



Forrás: a szerzők szerkesztése

építészmérnöki tevékenység (2017–2020), médiareklám (2017–2020), film-, videó- és televízióműsorgyártás (2019–2020), televízióműsor összeállítása és szolgáltatása (2019), egyéb természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés (2015–2020).

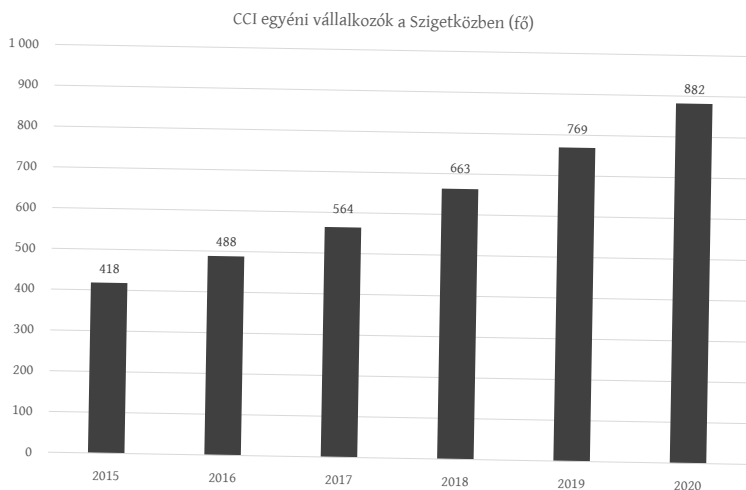
Részleteiben áttekintve a pénzügyi adatokat, az egy gazdasági társaságra számított adózott eredmény alapján a legeredményesebb – átlag 10 millió Forint/év adózott eredményt elért – tevékenységek: Püskiben az egyéb természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés; Mosonmagyaróváron az egyéb kiadói tevékenység, a biotechnológiai kutatás, fejlesztés és az építészmérnöki tevékenység; a regionális központban, Győrben az egyéb szoftverkiadás, illetve Kunszigeten a reklámügyi tevékenység.

Összességében a szigetközi településeken a CCI szektorban tevékeny gazdasági társaságok tekintetében megállapítottuk, hogy a 2015–2020 közötti időszakban a számuk folyamatosan csökkent, 2020-ban már csak 42 000 gazdasági társaság működött. E társaságok területi megoszlása a főtevékenységük tekintetében csak a két regionális központban: Győrben (20 TEÁOR) és Mosonmagyaróváron (13 TEÁOR) diverzifikált. Illetve Győr esetében a szuburbanizáció egyik hatása, hogy a kreatív erő erősebben megjelenik a város szuburbán területein, mint például Győrújfalun és Győrzámolyon (5 TEÁOR), Öttevényen és Vámoszabadiban (4 TEÁOR) különböző CCI szektorhoz kapcsolódó tevékenység is jelen van. A CCI szektorhoz szűken értelemezett 36 TEÁOR tevékenység közül mindösszesen 20 található meg a szigetközi településeken, 16 viszont egyáltalán nem. E tevékenységek közül a gazdasági társaságok egyharmada valamilyen piaci szolgáltatást kínál, egynegyedük pedig média és kiadványozás, illetve művészeti tevékenységgel foglalkozik. Mindösszesen hatoda sorolható a tudományos kutatás és fejlesztéshez. A pénzügyi adatok tekintetében megvizsgálva a 2015–2020 időszakban rendelkezésre álló adózott eredményeket, arra a következtetésre jutottunk, hogy kiemelkedően magas eredményt csak egy tevékenység ért el: az egyéb szoftverkiadás. A térségben a 20 milliárd Ft adózott eredményt meghaladó tevékenységek közé tartoznak: a reklámügyi tevékenység, a film-, videó- és televízió-program-készítés, illetve 2015-ben majdnem elérte az egyéb természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés. A 10 milliárd Ft adózott eredményt elért tevékenységek: az építészmérnöki tevékenység, a médiareklám, a film-, videó- és televízióműsorgyártás, a televízióműsor összeállítása és szolgáltatása és az egyéb természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés.

A kulturális és kreatív iparban tevékeny vállalkozók száma évről évre nő. 2015-től kezdődően évről évre legalább 14,5%-kal nőtt az egyéni vállalkozók száma a CCI szektorban a Szigetköz területén, míg 2020-ban már több mint kétszere-se (211%) volt a CCI szektorban az egyéni vállalkozók száma a 2015 évihez képest (4. ábra).

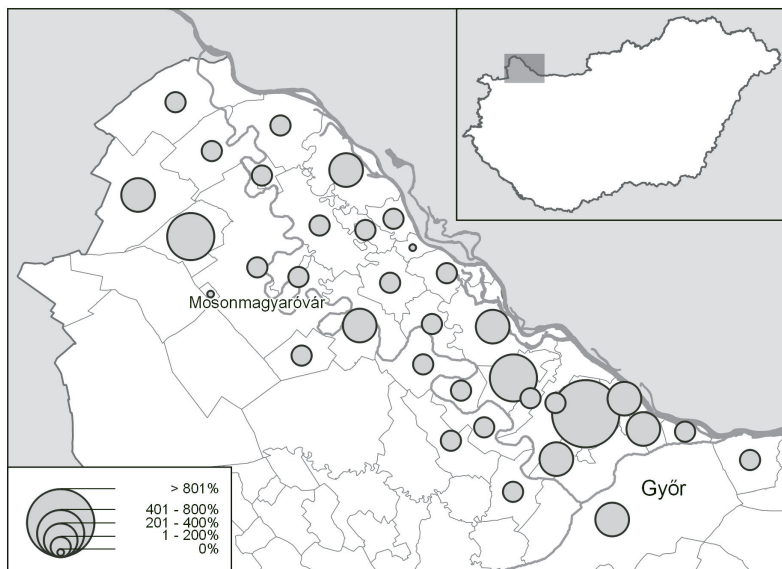
Az 5. ábra a vizsgált szigetközi településeken regisztrált CCI szektorban tevékeny egyéni vállalkozók számának változását mutatja be 2020-ban a 2015-évi adatok százalékában.

4. ábra: CCI egyéni vállalkozók száma a Szigetközben (2015–2020, fő)
 The number of CCI sole proprietors in the Szigetköz (2015–2020, persons)



Forrás: a szerzők szerkesztése

5. ábra: A CCI szektorban tevékeny egyéni vállalkozók számának növekedése a Szigetközben
 (2015–2020, százalékban)
 Growth in CCI sole proprietors in the Szigetköz (2015–2020, %)



Forrás: a szerzők szerkesztése

Az egyéni vállalkozók száma 2020-ban elérte a 882 főt. Tevékenységük tekintetében (Kézai, Rechnitzer 2021) 18,9%-uk építészmérnöki tevékenységgel, 17,3%-uk alkotóművészeti tevékenységgel, 12,9%-uk divat- és formatervezéssel, 12,5%-uk reklámügyi tevékenységgel foglalkozott. Továbbá 5-10% között volt a fényképészettel, a kulturális képzéssel, az előadóművészet kiegészítő tevékenységekkel, valamint a film-, videó- és televízióműsor-gyártással foglalkozó vállalkozók aránya. Szigetközben az alábbi CCI tevékenységek egyáltalán nem, vagy 1% alatt jellemzőek: 2211 Kiadói tevékenység, 2213 Időszaki kiadvány kiadása, 2215 Egyéb kiadás, 3002 Számítógépgyártás, 5813 Napilapkiadás, 5821 Számítógépes játék kiadása, 7200 Tudományos kutatás és fejlesztés, 7310 Reklám, 7440 Hirdetés, 9004 Művészeti létesítmények működtetése, 9211 Film- és videógyártás, 9220 Rádió- és TV műsorszolgáltatás, 9231 Alkotó és előadóművészet, 9004 Művészeti létesítmények működtetése. Áttekintve az egyéni vállalkozók eredményességét, 2015–2016-ban még nem képződött náluk összesített adófizetési kötelezettség, de 2017-től már rendszeresen (2017-ben 38%, 2018-ban 38%, 2019-ban 28% és 2020-ban 24% esetében).

Összességében a statisztikai elemzések alapján a vizsgált időszakban a kulturális és kreatív iparban tevékeny gazdasági társaságoknál beazonosított tendenciával ellentétben, az egyéni vállalkozók szerepe folyamatosan nőtt, amelynek okaként azt feltételezzük, hogy a változás a 2012-ben meghirdetett, majd 2013. január 1-jével életbe lépő KATA (Kisvállalkozás Tételes Adójának Alanya (2012. évi CXLVII. törvény) adózási rendszerből következhet, amelyet a társas vállalkozások számának folyamatos csökkenése (KSH 2020b) is alátámasztott. Ezen eredményeink összecsengenek Kézai és Rechnitzer (2021) tanulmányának eredményeivel.

A kreatív és kulturális ipar láthatósága

A fenti eredményekből is látszik, hogy a térségben a kreatív és kulturális ipar erőteljesen kétpólusú; szinte Győrre és Mosonmagyaróvárra korlátozódik. A kvalitatív kutatás alanyainak felkutatásakor ez különösen érzékelhető volt. Mivel a Szigetköz többségében kistelepülésekből áll, és a köznyelvben a Szigetköz kifejezés is ezekre a településekre vonatkozik, így mindenképpen szükségeszerű volt az esetlegesen „láthatatlan kreatívok” felkutatása. Az egyes kreatív szereplők azért lehetnek „láthatatlanok”, mert nem bejelentve („feketén”), önkéntes alapon, vagy nem gazdasági társaságok keretében végzik tevékenységüket. Így a kvalitatív kutatást megelőzte egy szekunder adatgyűjtés, amely az online térben, illetve a Szigetközben zajlott. Az adatgyűjtés első lépéseként a kutatásban lehatárolt 33 szigetközi település (kivéve Mosonmagyaróvár és Győr) Facebook oldalát (továbbiakban Fb), hivatalos weboldalát, illetve a települések adott esetben eltérő tematikájú Fb csoportjait (pl. Mecser Közért, Ásványrári adok-veszek, kérdezz-felelek, Mi kis falunk! Hegyeshalom!) vizsgáltuk meg. Minden településnek volt hivatalos weboldala, 29 településnek találtuk meg a hivatalos Fb oldalát, és ezen

kívül 19 település „nem hivatalos” Fb csoportja került bele a vizsgálatba. Ez utóbbi kategóriába egy település azon Fb csoportja tartozott, ami minimum 200 csoporttaggal bír, nem erősen tematizált (közügyekről szó eshet benne, nem kizárólag adok-veszek, horgász vagy anya stb. csoport), az adott település vagy települések legnagyobb tagszámmal bíró csoportja. Az egyes településekhez köthető tematikus csoportok között talált kreatív és kulturális tevékenységet folytató csoportokat is feljegyeztük. Ezenkívül a Google keresőmotor segítségével „.....(helység név/Szigetköz) kultúra” és „.....(helység név/Szigetköz) kreatív”, „.....(helység név/Szigetköz) művészet” keresőszavakkal kerestünk a térségben kreatív tevékenységet végzőket.

A kutatás online adatgyűjtési szakaszának végére beigazolódott, hogy számos olyan kreatív tevékenység található meg a Szigetközben, amely az ágazati szempontú adatgyűjtésből kimaradt; ezek szinte mindegyike az előadó- és alkotóművészethez kapcsolódik.

Az interjúk megkérdezés eredményei

A terepen történt megfigyelés eredményei közül fontos kiemelni, hogy a kulturális rendezvények és turisztikai programok a látogatókat tekintve három nagy csoportba oszthatók; a kisebb helyi rendezvények az adott település lakóit vonzzák, a nevesebb vásár jellegű, rövid fél- vagy egynapos rendezvények már a környező települések és régióközpontok lakóit is, de hosszabb programokra szinte kizárólag az ország távolabbi pontjairól érkeznek. Érdekes, hogy a győriek többsége nem tekint turisztikai desztinációként a Szigetközre, valamint kevés az olyan szigetközi rendezvény és program, amelynek a szervezése és lebonyolítása zömében a szigetközi közreműködésével valósul meg. Ebből következően viszonylag kevés kreatív szereplőt sikerült beazonosítani, pedig a későbbiekben kiderült, hogy a Szigetközben (a két régióközpontot beleértve) is rendelkezésre állna a kreatív erőforrás. A kreatív tevékenységek nagy része láthatatlan, így végül a hólabda-módszer vezetett a leginkább eredményre. Az empirikus kutatás első fázisában is megerősítést nyert – a statisztikai adatokat alátámasztva – a két régióközpont, főleg Győr kreatív túlsúlya mind keresleti, mind kínálati oldalról. A 4. táblázat tartalmazza az empirikus kutatás első fázisának főbb tanulságait.

A beazonosított kreatív szereplőkkel kapcsolatba léptünk, és hólabda-módszerrel összegyűjtöttük az interjúk potenciális alanyait. Ezzel párhuzamosan 2021 júliusa és szeptembere között számos szigetközi rendezvényt meglátogattunk, programokon vettünk részt, hogy megfigyeléses módszerrel feltérképezzük a helyi kreatív ipar jellegzetességeit.

Annak érdekében, hogy minél szélesebb körben feltárjuk a terület CCI szektorát, 2021. október és 2022. február 1. között interjúkat folytattunk (n=21). Az interjúalanyok kiválasztása hólabda-módszerrel történt, az interjúk online (GoogleMeet, Zoom) és személyesen zajlottak. Az interjúkról hangfelvétel nem

készült, csak írott feljegyzések. Az találkozók során félig strukturált interjút készítettünk, amelynek a vezérfonalát határoztuk meg, hagytuk a válaszadó „elkalandozását”, ha az kapcsolódott az interjú témájához. Az interjú kezdő (Hol él? Honnan származik?) és záró kérdése (Ha most ott teremnének a 25 évvel későbbi Szigetközben, el tudná mesélni mit látunk?) adott keretet a beszélgetésnek, amely során kitértünk a kreatív lét kérdéseire, a kreatív iparra, a nehézségekre, hiányosságokra, lehetőségekre, vágyakra és megoldási javaslatokra is a Szigetközre, győri és mosonmagyaróvári interjúalanyok esetén a városra vonatkozóan is. A 2. táblázat tartalmazza az interjúalanyokat és tevékenységüket.

Az interjúk megkérdézeések eredményei is alátámasztották a közösségi médiakutatás végkövetkeztetéseit, miszerint a szigetközi identitás csak nagyon ritka esetben van jelen, a legtöbb itt élő (főleg győri lakos) fejében a terület lehatárolása – mely települések tartoznak a Szigetközhez – is igen bizonytalan. „A Szigetköz nem más, mint egy viszonylag érintetlen, folyókkal szabdalts természeti táj, ahol lehet

2. táblázat: Interjúalanyok és CCI tevékenységük
Semi-structured interview subjects and their CCI activity

	Tevékenység
1. szakértő	Helyi TV vezetője
2. szakértő	Kisebbségi énekkar vezetője
3. szakértő	Települési művelődésszervező
4. szakértő	Nemzetiségi táncsoport vezetője
5. szakértő	Szigetközi település polgármestere
6. szakértő	Szigetközi település alpolgármestere
7. szakértő	Szabadúszó kreatív projektmenedzser
8. szakértő	Kutató, szociológus, civil rendezvényszervező
9. szakértő	Építész
10. szakértő	Újságíró, online szerkesztő
11. szakértő	Hobby festőművész, informatikus
12. szakértő	Tűzzománc ékszerkészítő
13. szakértő	Túraszervező, kreatív programszervező
14. szakértő	Grafikus, képzőművész gyermekfoglalkozás vezető
15. szakértő	Fotográfus
16. szakértő	Marketinges, kreatív projektmenedzser
17. szakértő	Színjátszókör tagja
18. szakértő	Építész
19. szakértő	Ékszerkészítő
20. szakértő	Kulturális programszervező
21. szakértő	Reklámtervező, grafikus

evezni, de ehhez az infrastruktúra nem igazán van meg.” (16. alany) A Szigetköz az interjúalanyok egy részének a lakóhelyét, gyermekkorát jelenti, míg mások természeti elemeket, szabadidős tevékenységeket említettek, és ezek mind pozitív kontextusban jelentek meg, negatív élménye senkinek nem kapcsolódott a Szigetközhez.

Az interjúalanyok mindegyike kreatív tevékenységet végez, ennek ellenére – a néhány kivételtől eltekintve – nem sorolták magukat a kreatív szakemberek közé, nem tekintik magukat a kreatív gazdaság részének. Inkább egy elméleti meghatározásnak vélik, mint valós gazdasági kategóriának. A Szigetköz kulturális és kreatív iparának kutatása szempontjából érdekes, hogy az itt élő megkérdezett kreatívok nem vallják magukat kreatívoknak, és szigetközi identitásuk sincs vagy nagyon gyenge. Kreatív szerintük az, aki egyedi látásmódja miatt valami különlegeset tud alkotni, avagy képes a legtöbbet kihozni egy adott helyzetből. Az általuk megadott kreatív definíciók kivétel nélkül mind a tágabb értelmezésben használt kreatív megközelítések közé sorolhatóak. Az interjúk során a kulturális és kreatív iparhoz és a kreatív osztályhoz kapcsolódóan négy fő problémakört azonosítottunk, amelyeket a 3. táblázat mutat be.

A megkérdezettek szerint a kreativitás nem helyhez kötött. Ebben mindannyian egyetértettek, ám a legtöbb interjú egy későbbi pontján/pontjain elhangzottak olyan kijelentések, amelyek ennek ellentmondanak. Ezek szerint a kreativitás kibontakozásához kell az ezt inspiráló, bátorító környezet, amely lehet a munkahely, a baráti/ismeretségi kör, a szabadidős elfoglaltság (helyszíne, csapata), vagy a vizuális környezet. Véleményünk szerint az interjúalanyok harmada ugyanígy élne, bárhol lennének a világon, kreativitásuk is hasonlóképpen bontakozna ki. A többi interjúalany életének kreatív kibontakozásához nagyban hozzájárult a környezete, a baráti társasága – amely inspirálta, „húzta előre” –, a hozzáférések a kreatív erőforrásokhoz, a lehetőségek kreatív projektekbe való bekapcsolódáshoz, az új utak keresése, megtalálása. A megkérdezett szigetközi kreatívok vagy egész életük során itt éltek, vagy visszatértek fiatalabb éveik helyszínére, vagy ideköltöztek elsősorban a természeti értékek és a táj miatt. Ez utóbbi állítás a győri megkérdezettekre nem vonatkozik: ők mind tősgyökeres győriek, így az ideköltözés okának feltárása irreleváns volt az interjúk során.

Az interjúalanyok közel kétharmada említette az igényes, fizetőképes kereslettel bíró megrendelői, vevői réteg hiányát. Bizonyos területeken hiányoznak a jól képzett, „minőségi” kreatív szakemberek, vagy nem láthatóak a potenciális munkaadók, megrendelők számára. Ez két cselekvést is előírhatna, egyrészt a hiányzó kreatív szakemberek pótlását és a már meglévők láthatóvá/láthatóbbá tételét. Mivel a kreatív szakemberek jól ismerik a saját és a kapcsolódó szakterületeken tevékenykedő szakembereket, érdemes lehet a kapcsolati hálóik fejlesztésének ösztönzése, esetleg egy szigetközi kreatív adatbázis létrehozása. Erre azért is lenne szükség, mert az együttműködések kevésbé jellemzőek a szigetközi kreatív és kulturális iparban, a településen átnyúlók pedig kifejezetten ritkák. Ugyan

3. táblázat: A szigetközi kreatív és kulturális iparában feltárt problémák és hiányosságok
Problems and shortcomings identified in the creative and cultural industries of the Szigetköz

<i>CCI területei</i>	<i>Problémák, hiányosságok</i>
Helyi meghatározottság	A kreatív tevékenységek nagy része nem helyhez kötött A kreatív szakemberek számára fontos a „vonzerő” a lakóhelyük és munkáik kiválasztásakor A jelenleg Szigetközben (nem Győrben) élő kreatívak főleg a természeti környezet miatt költöznek ide, vagy innen származnak, idevalósiak
Kereslet és kínálat	Nem találja meg a kreatív szakembereket az igényes megrendelő réteg Hiányzik az igényes vevői réteg Hiányzik az anyagilag erős és igényes megrendelői réteg „Minőségi” kreatív szakemberek hiánya
Kapcsolatok, együttműködések, kommunikáció	A kreatív szakemberek nagy része ismeri egymást a Szigetközben, főleg egy-egy szűkebb területen belül Együttműködések, főleg a települések között, kevésbé jellemzőek Elindultak alulról jövő kezdeményezések, amelyek az egyéni vállalkozókat összefogják, segítik (We love Szigetköz, ¹ Szigetközi Szatyor ²) Vannak települések, ahol jól azonosítható egy-egy kreatív szereplő, csoportosulás, intézmény, amely a hajtómotorja a kreatív, kulturális tevékenységeknek
Működési kérdések	Szűkös anyagi forrás a kreatív projektek finanszírozására Hely/helyszín a kreatív tevékenységeknek (akár régi, használaton kívüli épületek hasznosításával) A kreatív szereplők nagy részének tevékenysége „láthatatlan” a szélesebb környezet számára A kreatív szereplők nagy része egyedül keresi a boldogulást, a csoportosulások, összefogások kevésbé jellemzőek

Forrás: a szerzők szerkesztése

elindultak alulról szerveződő kezdeményezések, mint a „We Love Szigetköz” vagy a „Szigetközi Szatyor” kezdeményezés, de ezek elindulása nehézkes és hosszadalmas. Az első kezdeményezés koncepciója magában foglalja, amit egy térségi fejlesztési ügynökség operatív terve is tartalmazhatna, de sajnos ennek a kezdeményezésnek nagy hátránya, hogy magánvállalkozói formában valósul meg, így a fogadtatása valószínűleg emiatt is negatívabb. A Szigetközi Szatyor népszerűsége és látogatóinak száma nő, és egyre több szigetközi is venne részt benne, ennek ellenére a Szigetközön kívüli árusok továbbra is felülreprezentáltak. Ezek mellett számos település akad, ahol jól azonosítható egy-egy kreatív szereplő, csoportosulás, intézmény, amely a hajtómotorja a kreatív, kulturális tevékenységeknek, de sajnos ezek tevékenysége általában nem terjed ki a település határain túlra.

A kreatív projektek kapcsán problémaként azonosítható az anyagi források, valamint az igazán kreatív ötletek befogadására való hajlandóság hiánya is; a megkérdezettek véleménye szerint ennek egyik fő oka az igényes befogadó, vevői

réteg hiánya. Az anyagiak mellett a megfelelő tér, az alkalmas helyszínek, és ehhez kapcsolódóan a kreatív közösségek hiányát említették a válaszadók. Érdekes azonban, hogy amikor jövőbeli terveik kerültek szóba, akkor két kivételtől eltekintve mindenki az egyéni boldogulását említette, a jövőbeli terveik között nem szerepeltek együttműködések, csoportosulások. A megkérdezettek szinte mindegyike jónak értékelte a saját láthatóságát, holott többségükre a kutatás során igen nehezen találtunk rá. Így a láthatóság hiányának problémája mellett kiemelendő az is, hogy valószínűleg ennek a kreatív szektor szereplői nincsenek tudatában.

A megkérdezettek jelenlegi helyzetüket jónak ítélik meg saját életük, kreatív tevékenységeik szempontjából. Az általuk említett kisebb hiányosságokat, hibákat nem tartják nagyon meghatározónak, életüket, működésüket nem lehetetleníteni el. Ennek ellenére visszatérő félelem volt a Szigetköz hagyományokhoz és természethez kapcsolódó értékeinek elvesztése, a terület elvárosiasodása. Negatívumként élük meg sok kreatív ismerős, barát és szakember nagyobb településekre, a fővárosba, külföldre költözését, elvándorlását; a választást a jó megélhetés és az „igazán kreatív” tevékenységek között. A győri interjúalanyok mindegyike megemlítette a kulturális és kreatív élet „tömegízlésnek és pénznek való behódolását”, amelynek köszönhetően az élet ugyan pezsgőbb lett, de ennek az ára az egyediség, igényesség eltűnése volt.

Összefoglalás

Richard Florida már 2002-ben a kreatív gazdaság, illetve a kreatív osztály fontos szerepét vizionálta (Florida 2002), s azóta számos kutatás igazolta a kreatív osztály jelentőségét. Jelenleg a Covid-19 vírus okozta világjárvány következtében bekövetkezett gazdasági válság ébresztette rá a szakembereket a kulturális és kreatív ipar jelentőségére, hiszen ez az ágazat a válság által leghátrányosabban érintett szektorok közé tartozik. Magyarország számára viszont a nagy hozzáadott értékű, munkaintenzív szektor, így a kulturális és kreatív ipar kitörési pontot jelenthet. Ahogy Egedy (2021) fogalmaz, hazánkban „a kultúra egyre jobban összefonódott a kreativitással, a tudással és az innovációval, amelyek idővel a városi fejlődés meghatározó elemeivé váltak” (Egedy 2021, 129.). Így a városfejlesztési és területfejlesztési stratégiák is alkalmazkodtak az új tendenciákhoz.

E tanulmány célja, hogy megvizsgálja a kulturális és kreatív ipar jelenlegi helyzetét, állapotát a szigetközi kistáj mikrorégióban, és ezáltal kibontakoztasson egy lehetséges jövőképet. A kulturális és kreatív ipar jelen van a Szigetközben, és bár a gazdasági társaságok száma a 2015–2020-es időszakban csökkent, a kreatív egyéni vállalkozóké nőtt. A kvantitatív és a kvalitatív kutatás is megerősítette a két régióközpont, Győr és Mosonmagyaróvár (főként az előbbi) túlsúlyát ezen szektorban. A statisztikai adatok alapján a többi településen egy-két kreatív tevékenység jellemző, de a kvalitatív kutatás itt árnyalta az összképet. Egyes települé-

seken a kreatív és kulturális élet sokkal pezsgőbb ennél (Győr, Mosonmagyaróvár és szuburbán területek, mint Győrújfalú, Győrzámoly, Öttevény és Vámoszszabadi). Ennek oka, hogy ezt a tevékenységet más keretek között (hobbiként, önkéntes vagy egyesületi formában) végzik.

A kutatás eredményeképpen a természeti kincsekben gazdag Szigetközben a kulturális és kreatív ipar fejlesztéséhez elengedhetetlen a kreatív osztály térségbe vonzása, ehhez pedig számos feltételnek teljesülnie kell.

A kutatás alapján a következő ajánlások fogalmazhatók meg:

- A táj természeti vonzereje mellett fontos az anyagilag, szellemileg és erkölcsileg is megbecsült munka, illetve a megfelelő szolgáltatási és lakhatási körülmények kialakítása.
- A térségben több esetben érezhető a betelepülők és a tősgyökeres lakosok között feszülő ellentétek, illetve jellemző, hogy a települések önállóan szeretnének boldogulni a saját elképzeléseik mentén. Az együttműködéseket nehezítik a személyes és érdekellentétek az egyes szereplők között. Ezek megoldására minden szereplő bevonásával megvalósuló komplex fejlesztési tervekre van szükség. Ha az ezen problémák megoldására való törekvés pozitív irányt vesz, vagy elindul egy központi fejlesztés, az önmagában is pozitívan hathat a kreatív osztály be- és visszatelepülésére, így a kulturális és kreatív ipar megerősödésére.
- A kreatív és kulturális ipar keresleti és kínálati oldalának közelebb hozásához szükséges lenne a kommunikációs csatornák élénkítésére a szereplők között, valamint szükség lenne egy erős „Szigetköz brandre”, vagy legalább a szó jelentéssel való felruházására, hogy ne pusztán a Duna holtágait és ártereit jelentse a szélesebb közönség számára.
- A megfelelő kommunikáció és a kapcsolati háló kialakítása után, szoros együttműködések kialakítva szükségessé válik a kulturális és kreatív ipar működési kérdéseinek átgondolása, megoldása.

Jegyzetek

- 1 A We love Szigetköz – A csoda rád vár! – egy online platform, amely a Szigetköz kincseit, vállalkozóit kívánja összegyűjteni. (<http://weloveszigetkoz.com/>)
- 2 A Szigetközi Szatyor Szigetközben már meglévő alulról építkező közösség, amely alapítvány formájában működik. Hitvallásuk szerint a „Szigetközi Szatyorban sok minden elfér. Helyi terméktámogatás, környezettudatosság, hulladékmentesség, közösség építés, és még sok minden egyéb is. Az hogy mi, csak rajtunk múlik.” (<http://szigetkozszatyor.hu/>)

Köszönetnyilvánítás

A kutatás az Innovációs és Technológiai Minisztérium felkérésére a Felsőbbfokú Tanulmányok Intézetében az „Insula Magna” Fenntartható Fejlesztési Program keretében valósult meg.

Ezúton szeretnénk köszönetet mondani a Dun & Bradstreet Hungary Kft.-nek az önzetlen adatszolgáltatásért.

Irodalom

2012. évi CXLVII. törvény [KATA/KIVA] <https://njt.hu/jogszabaly/2012-147-00-00.16> (Letöltés ideje: 2021.11.02.)
- Babbie, E. (2021): *The Practice of Social Research (15th ed.)*. Cengage Learning, Australia, Brasil, Mexico, Singapore, United Kingdom, United States
- Baji P. (2014): Az internet, a tér és az új gazdaság Budapesten. *Tér és Társadalom*, 4., 117–137. <https://doi.org/j6fn>
- Bilan, Y., Vasilyeva, T., Kryklii, O., Shilimbetova, G. (2019): The creative industry as a factor in the development of the economy: Dissemination of European experience in the countries with economies in transition. *Creativity Studies*, 1., 75–101. <https://doi.org/gnpg4v>
- Blessi, G. T., Tremblay, G. T., Sandri M., Pilati, T. (2012): New trajectories in urban regeneration processes: Cultural capital as source of human and social capital accumulation evidence from the case of Tohu in Montreal. *Cities*, 6., 397–407. <https://doi.org/fzdxw6>
- Borsi Á., Viszt E. (2010): *A kreatív és kulturális ágazatok (CCI) szerepe és növekedési lehetőségei a Budapest Metropolisz Régió gazdaságában*. GKI Gazdaságkutató Zrt., Budapest
- Cuccia, T., SantaGata, W. (2002): *Distretto culturale e gestione dei diritti di proprietà: La ceramica di Caltagirone. EB laWorking papers 06/2002*. International Centre for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity, Università di Torino, Torino
- Design Terminal (2016): *A kreatív ipar mint erőforrás*. http://hetfa.hu/wp-content/uploads/2014/06/a_kreativipar_mint_eroforras.pdf (Letöltés: 2022.01.22.)
- Dobó E. (2007): A globalizáció és a kreatív gazdaság felértékelődése. *Tér és Társadalom*, 3., 89–102. <https://doi.org/j6fp>
- Dun & Bradstreet cégkereső. Elérhető online: <https://www.dnb.com/> (Letöltés: 2021.10. 11.)
- ÉDUVÍZIG (2020): *Jelentős vízgazdálkodási kérdések 1-1: Szigetköz vízgyűjtő-gazdálkodási tervezési alegység*. ÉDUVÍZIG, Győr. (Letöltés: 2021.03.17.) https://vizeink.hu/wp-content/uploads/2020/04/1_1_-Szigetkoz_JVK_2020_04_22.pdf
- Egedy T. (2021): *A kreatív gazdaság városföldrajza a budapesti agglomeráció példáján keresztül*. Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont, Budapest
- Egedy T., Kovács Z., Szabó B. (2014): A kreatív gazdaság helyzete Magyarországon a globális válság időszakában. In: Tózsza I. (szerk): *Turizmus és településmarketing*. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságföldrajz és Jövő kutatás Tanszék, Budapest, 17–27.
- Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York
- Ghuri, P., Gronhaug, K. (2011): *Research Methods in Business Studies. 4th Edition*. Pearson, London
- Göcsei I. (1979): *A Szigetköz természetföldrajza. Földrajzi Tanulmányok 16*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Grodach, C., Loukaitou, A. (2007): Cultural development strategies and urban revitalization: A survey of US cities. *International Journal of Cultural Policy*, 4., 349–370. <https://doi.org/dhcszv>
- Hall, P. (1998): *Cities in Civilization*. Pantheon, New York
- Hardi, T. (2008): *Transborder Movements and Relations in the Slovakian-Hungarian Border Regions. Discussion Papers 68*. Centre for Regional Studies of the Hungarian Academy of Sciences, Pécs
- Hardi T. (2012): *Duna-stratégia és területi fejlődés: A folyó lehetséges szerepe a régió területi fejlődésében*. Akadémiai Kiadó, Budapest

- Hardi T., Hajdú Z., Mezei I. (2009): *Határok és városok a Kárpát-medencében*. MTA Regionális Kutatások Központja, Győr–Pécs
- Hardi, T., Kupi, M., Ocskay, Gy., Szemerédi, E. (2021): Examining cross-border cultural tourism as an indicator of territorial integration across the Slovak–Hungarian border. *Sustainability*, 13. (7225). <https://doi.org/j6fq>
<http://szigetkoziszatyor.hu/> (Megtekintés: 2022.01.03.)
<http://weloveszigetkoz.com/> (Megtekintés: 2022.01.03.)
- Jóna L., Henézi D. S., Döbrentei B., Gaál B. (2021): A Szigetköz közlekedési kihívásai. In: Horváth B., Horváth G. (szerk.): *XI. Nemzetközi Közlekedéstudományi Konferencia: „Közlekedés a Járvány után: Folytatás vagy újrakezdés.”* Széchenyi István Egyetem, Győr, 210–221. <http://hdl.handle.net/11155/2454>
- KATA (2020): https://nav.gov.hu/data/cms511151/61_KATA_Kisadozo_vallalkozasok_teteles_adoja_20200909.pdf.
- Keller J. (2020): "Csepp a tengerben" – Gyerekesély program az Encsi kistérségben/járásban, avagy a helyi adottságokra építő fejlesztések lehetőségei. *Tér és Társadalom*, 4., 45–70. <https://doi.org/j6ts>
- Kereszneyi K., Egedy T. (2016): A pécsi kreatív osztály helyzetének értékelése statisztikai és empirikus kutatások alapján. *Tér és Társadalom*, 1., 57–78. <https://doi.org/j6fr>
- Kézai, P. K., Dömötör, M., Fekete, D. (2022a): Economic development opportunities in the Hungarian-Slovakian cross-border area – Szigetköz and Csallóköz (Žitný ostrov) according to development documents and local stakeholders perceptions. *Deturope - The Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 1., 87–110. <https://doi.org/j6ft>
- Kézai, P. K., Dömötör, M., Fekete, D. (2022b): Sustainable and innovative cross-border regional development with focus on tourism in the Danube Basin – A case-study of Szigetköz and Csallóköz (Žitný Ostrov). *Sustainability*, 12., 7037. <https://doi.org/j6fs>
- Kézai, P. K., Rechnitzer, J. (2023): Performance of enterprises in cultural and creative industries in large Hungarian cities between 2008 and 2018. *Regional Statistics*, 1., 1–32. <https://doi.org/j6fv>
- KIP (2010): *Kreatív Iparágak Platformja - KIP Stratégia Kutatási Terv*. <https://docplayer.hu/15951867-Kreativ-iparagak-platformja-kip-strategiakutatasi-terv-http-www-host-hu-projects-kip.html> (Letöltés: 2021.12.12.)
- Klein, M., Gutowski, P., Gerlitz, L., Gutowska, E. (2021): Creative and culture industry in Baltic Sea Region condition and future. *Sustainability*, 8., 4239. <https://doi.org/gmm73x>
- Kovács Z., Egedy T., Szabó B. (2011): A kreatív gazdaság földrajzi jellemzői Magyarországon. *Tér és Társadalom*, 1., 42–62. <https://doi.org/j6fw>
- KSH (2008): *Osztályozások - Gazdasági tevékenységek egységes ágazati osztályozási rendszere (TEÁOR'08)*. Elérhető online: https://www.ksh.hu/teor_menu (Letöltés: 2021. 12. 28.)
- KSH (2020a): *Magyarország állandó lakossága 2020. január 1.-jén*. https://nyilvantarto.hu/kozerdeku-lakossag_2020 (Letöltés: 2021.12.12.)
- KSH (2020b): *A regisztrált gazdasági szervezetek száma, 2019*. <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/gazd/2019/index.html> (Letöltés: 2021.12.12.)
- Miszlivetz F., Márkus E. (2013): A Kraft-index – kreatív város – fenntartható vidék. *Vezetéstudomány*, 9., 1–21. <https://doi.org/j6fx>
- Mizzau, L., Montanari, F. (2008): Cultural districts and the challenge of authenticity: The case of Piedmont, Italy. *Journal of Economic Geography*, 5., 651–673. <https://doi.org/cmdzvs>
- Morvay Sz. (2019): Európa Kulturális Fővárosa projekt: A veszprémi, győri és debreceni pályázatok összehasonlító elemzése. *Polgári Szemle: Gazdasági és Társadalmi Folyóirat*, 4–6., 321–339. <https://doi.org/j6fz>
- Pécsi M. (1975): A Kárpát-Balkán térség geomorfológiai térképéről (1:1 000 000). *MTA X. Osztályának Közleményei*, 1–2., 83–104.
- Pratt, A. C. (1997): The cultural industries production system: A case study of employment change in Britain, 1984–91. *Environment and Planning*, 11., 1953–1974. <https://doi.org/fd74ck>
- Rechnitzer J. (2016): *A területi tőke a városfejlődésben: A Győr-kód*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs

- Richards, G. (2020): Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85., 102922. <https://doi.org/gmm8gn>
- Rittgasszer I. (2009): Kreatív kistérségek Magyarországon. *Tér és Társadalom*, 4., 27–44. <https://doi.org/j6tt>
- Ságvári B., Dessewffy T. (2006): *A kreatív gazdaságról – Európa és Magyarország a kreatív korban*. Demos Magyarország Kiadó, Budapest
- Scott, A. J. (2000): *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-producing Industries*. Sage, London
- Scott, A. J. (2010): Cultural economy and the creative field of the city. *Geografiska Annaler: Series B. Human Geography*, 2., 115–130. <https://doi.org/ctxscb>
- Szabó M. (2005): *Vizes élőhelyek tájökológiai jellemvonásai a Szigetköz példáján*. Akadémiai doktori értekezés. Budapest, k. n. http://real-d.mtak.hu/268/2/Szabo_Maria_tezisek.pdf (Letöltés: 2021.12.12.)

Mellékletek

1. melléklet: Szélesen értelmezett kreatív iparágak és TEÁOR ágazatok megfeleltetése
Correspondence between broadly defined creative industries and TEÁOR branches

13	Textília gyártása	131	Textilszálak fonása
		132	Textilszövés
		133	Textilkikészítés
		1392	Konfekcionált textilárak gyártása
		139	Egyéb textiláru gyártása
		1391	Kötött, hurkolt kelme gyártása
14+15	Ruházati termék gyártása, bőr, bőrtermék gyártása	141	Ruházat gyártása (kivéve: szőrmeruházat)
		143	Kötött, hurkolt cikkek gyártása*
		151	Bőr, szőrme kikészítése; táskafélék, szíjzat gyártása
		152	Szőrme cikkek gyártása
		152	Lábbeligyártás
18	Nyomdai és egyéb sokszorosítási tevékenység		
26	Számítógép, elektronikai, optikai termék gyártása	261	Elektronikai alkatrész, áramköri kártya gyártása
		263	Híradástechnikai berendezés gyártása
		264	Elektronikus fogyasztási cikk gyártása
		2651	Mérőműszergyártás
		2731	Száloptikai kábel gyártása
		2732	Egyéb elektronikus, villamos vezeték, kábel gyártása
		332	Ipari gép, berendezés üzembe helyezése
47	Kiskereskedelem (kivéve: gépjármű és motorkerékpár)		
58	Kiadói tevékenység	582	Szoftverkiadás
		6801	Számítógép-programozás
		6802	IT szaktanácsadás
59	Film, video, televízióműsor gyártása, hangfelvétel kiadás		
60	Műsorösszeállítás, műsorszolgáltatás		

61	Távközlés		
62	egyéb 62-63 Információ-technológiai szolgáltatás - az összes fenti (62+63)-ba tartozó	6203	Számítógép-üzemeltetés
		631	Adatfeldolgozás, web-hozszing, világhálóportál-szolgáltatás
		6391	Híriügynökségi tevékenység
64	Pénzügyi közvetítés (kivéve: biztosítási, nyugdíjpénztári tevékenység)		
65	Biztosítás, viszontbiztosítás, nyugdíjalapok (kivéve: kötelező társadalombiztosítás)		
66	Egyéb pénzügyi tevékenység		
69	Jogi, számviteli, adószakértői tevékenység		
70	Üzletvezetési vezetői tanácsadás		
71	Építész-mérnöki tevékenység, műszaki vizsgálat, elemzés	712	Műszaki vizsgálat, elemzés
72	Tudományos kutatás, fejlesztés	722	Társadalomtudományi, humán kutatás, fejlesztés
		721	Természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés
		7311	Reklámügynöki tevékenység
		7312	Médiareklám
74	Egyéb szakmai, műszaki, tudományos tevékenység		
		781	Munkaközvetítés
80	Biztonsági, nyomozói tevékenység		
		8542	Felsőfokú oktatás
90	Alkotó, művészeti, szórakoztató tevékenység		
		932	Egyéb szórakoztatás, szabadidős tevékenység

Forrás: Borsi és Viszt (2010, 29.) alapján a szerzők szerkesztése

2. melléklet: A szűk körben értelmezett TEÁOR kódok
Narrowly defined TEÁOR branches

2210 Kiadói tevékenység	3002 Számítógépgyártás
5811 Könyvkiadás	5813 Napilapkiadás;
5814 Folyóirat, időszaki kiadvány kiadása	5819 Egyéb kiadói tevékenység
5820 Szoftverkiadás (5821-5829)	5821 Számítógépes játék kiadása
5829 Egyéb szoftverkiadás	5910 Film-, Videó- és televízióműsor gyártás
5911 Film-, videó- és televízióműsor gyártás	5912 Film-, Videógyártás és televíziós műsor felvétel
5913 Film- Videó- és televízióprogram	6010 Rádióműsor szolgáltatás
6020 Televízióműsor összeállítása és szolgáltatása;	7111 Építészmérnöki tevékenység;
7200 Tudományos kutatás, fejlesztés;	7210 Természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés
7211 Biotechnológiai kutatás, fejlesztés	7219 Egyéb természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés
7220 Társadalomtudományi, humán kutatás, fejlesztés	7310 Műszaki kutatás, fejlesztés
7311 Reklámügyi tevékenység	7312 Média reklám
7410 Divat és Formatervezés	7420 Fényképészet
7440 Hirdetés;	8552 Kulturális képzés
9002 Előadóművészet kiegészítő tevékenységek	9003 Alkotóművészet
9004 Művészeti létesítmények működtetése	9211 Film és videó gyártás
9220 Rádió- és TV műsorszolgáltatás	9231 Alkotó és előadóművészet
9232 Művészeti kiegészítő tevékenység (2008 óta)	9234 Művészeti kiegészítő tevékenységek
9004 Művészeti létesítmények működtetése)	

Forrás: Borsi és Viszt (2010, 28.) alapján a szerzők szerkesztése

3. melléklet: Az elemzésbe bevont CCI szakágazatok főbb tevékenység csoportokba sorolva
CCI branches used in this study by main activity area

Média és kiadványozás (10 db)	Piaci szolgáltatások (14 db)	Tudományos kutatás, fejlesztés (5 db)	Művészeti tevékenység (7 db)
2211 Kiadói tevékenység	3002 Számítógépgyártás	7200 Tudományos kutatás, fejlesztés	7410 Divat- és formatervezés
2213 Időszaki kiadvány kiadása	5820 Szoftverkiadás	7210 Természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés	7420 Fényképészet
2214 Egyéb kiadás	5821 Számítógépes játékok kiadása	7211 Biotechnológiai kutatás, fejlesztés	8552 Kulturális képzés
5811 Könyvkiadás	5829 Egyéb szoftverkiadás	7219 Egyéb természettudományi, műszaki kutatás, fejlesztés	9002 Előadóművészet kiegészítő tevékenységek
5813 Napilapkiadás	5911 Film-, video- televízióműsor-gyártás	7220 Társadalomtudományi, humán kutatás, fejlesztés	9003 Alkotóművészet
5814 Folyóirat, időszaki kiadvány kiadása	5912 Film-, videógyártás és televíziós műsorrelvétel		9211 Film- és videógyártás
5819 Egyéb kiadói tevékenység	5913 Film-, Videó- és televízióprogram		9231 Alkotó- és előadóművészet
6010 Rádióműsor-szolgáltatás	7111 Építész-mérnöki tevékenység		
6020 Televízióműsor	7310 Reklám		
összeállítás és szolgáltatása			
9220 Rádió- és TV műsorszolgáltatás	7311 Reklámügyi tevékenység		
	7312 Médiareklám		
	7440 Hirdetés		
	9004 Művészeti létesítmények működtetése		
	9232 Művészeti kiegészítő tevékenység		

Forrás: Reichtner (2016) alapján a szerzők szerkesztése