

# TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ A VÁROSI DESZTINÁCIÓK VERSENYKÉPESSÉGÉNEK SZOLGÁLATÁBAN

– FÓKUSZBAN AZ ÉJSZAKAI GAZDASÁG HATÁSAINAK MENEDZSELÉSE

## SOCIAL INNOVATION FOR THE COMPETITIVENESS OF URBAN DESTINATIONS

– HIGHLIGHTING THE MANAGEMENT OF NIGHT ECONOMY IMPACTS

Az éjszakai gazdaság fejlesztése számos nagyvárosban hozott pozitív változást a desztináció versenyképességében, különösen ami a jövedelmeket és a turisztikai élményt illeti. Ugyanakkor a lehetséges hatások kezelése számos kihívást tartogat, hiszen a helyiek jóléte és jólléte áll a versenyképesség legfontosabb céljai között. Jelen cikk célja egyrészt annak megvilágítása, hogy egy terület csak akkor lehet versenyképes, ha az mind a látogatók, mind a helyiek jóllétét tudja hosszú távon szolgálni. Másrészt cél az éjszakai gazdaság problémaköréhez tartozó megoldási lehetőségek áttekintése, amelyeket illetően fellelhető a várospolitikai elméletek terén ismert kreatív város menedzselése és abban a helyi politikai erők szerepe éppúgy, mint a társadalmi innováció, a helyiek tanulása, együttműködése révén létrejött megoldások köre. Mindezen kérdést Budapest romkocsmá-negyedére vetítve vizsgálják a szerzők, amely napjainkban számos vitától hangos, az éjszakai gazdaság és a turizmus okozta negatív hatások miatt, amelyek megoldására eddig nem születtek hatékony lépések. Az éjszakai gazdaság hatásait kvalitatív interjúk mentén vizsgálják a negyedben mind a helyiek, mind a látogatók megkérdezésével, kikristályosítva a legfontosabb problémaköröket és megoldási lehetőségeket, továbbá a közelmúltban megjelenő civil kezdeményezések jellemzőit feltérképezve, amelyek társadalmi innováció mentén a hatások menedzselését irányozzák meg, az irányításpolitikai lépések korlátozottsága okán.

**Kulcsszavak:** desztinációs versenyképesség, városfejlesztés, társadalmi innováció, éjszakai gazdaság, romkocsmá-negyed

The development of the night-time economy has improved the destination competitiveness of many big cities. Income and tourism experiences, in particular, have been the most affected by this change. However, managing the potential negative impacts and harmonising the interests of stakeholders represent challenges. The purpose of this article is to show that a destination can only be competitive if it can serve the long-term well-being of both visitors and locals. In this research the authors provide an overview of the problems of the night-time economy and analyses the available solutions. Urban politics and local political forces are determinant factors that influence the management of a creative city. Furthermore, they focus on the solutions provided by social innovation, which involves the learning and cooperation of locals. In this paper, all these aspects are analysed in the context of Budapest's ruin pub quarter, which is nowadays the focus of debates as the negative effects of the night economy have not yet been effectively resolved. The impact of the night-time economy is examined through qualitative interviews in the quarter with locals and visitors to crystalize the most important issues and solutions as well as by mapping the characteristics of recent civil initiatives which are the driving force of social innovation due to the limited effectiveness of the measures of urban policies.

**Keywords:** destination competitiveness, urban development, social innovation, night-time economy, ruin bar quarter

### Finanszírozás/Funding:

Jelen kutatás az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú "Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek" című projekt keretében jött létre.

The research was supported by project EFOP-3.6.2-16-2017-00017 Sustainable, intelligent and inclusive regional and city models.

The project is funded by the European Union and co-financed by the European Social Fund and the budget of Hungary.

**Szerzők/Authors:**

Dr. Pinke-Sziva Ivett, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, (ivett.sziva@uni-corvinus.hu)  
 Dr. Kenesei Zsófia, egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem, (zsofia.kenesei@uni-corvinus.hu)  
 Dr. Kiss Kornélia, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, (kornelia.kis@uni-corvinus.hu)  
 Dr. Kolos Krisztina, egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem, (krisztina.kolos@uni-corvinus.hu)  
 Kovács Edina, PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, (edina.kovacs@uni-corvinus.hu)  
 Dr. Michalkó Gábor, egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem, (gabor.michalko@uni-corvinus.hu)

A cikk beérkezett: 2019. 07. 02-án, javítva: 2019. 12. 02-án, elfogadva: 2020. 03. 30-án.

This article was received: 02. 07. 2019, revised: 02. 12. 2020, accepted: 30. 03. 2020.

A városi desztinációk vonzóna tétele, versenyképességének növelése szerte a világon fontos kormányzati célkitűzés. Míg az USA-ban a városi desztinációk versenyképességének fokozását elsődlegesen piaci eszközökkel motiválják (pl. adócsökkentés és beruházások vonzása), addig Európában általában igyekeznek komoly társadalmi jóléti elveken is nyugvó várostervezési projektekkel keresztül a versenyképességet fokozni. Ennek ellenére mégis komoly probléma látható néhány európai városban az ún. „overtourism” (túlzott turisztikai aktivitás) vagy „tourism-phobia” (a lakosság turizmusellenességének) jelenségét nevesítve, a túlzott turisztikai aktivitáshoz kapcsolódó negatív hatások és az arra adott ellenséges reakciókra válaszul, a helyi lakosok körében (Dredge, 2017; Goodwin, 2017; Seraphine, 2018; Milano, Novelli, & Cheer, 2017).

A helyiek életminősége és kifejezetten a jóléti tényezők sérülése áll annak a mozgalomnak a középpontjában, amely a turisták által jellemzően állandóan elárasztott városok lakosainak védelmében indult. A mozgalom által érintett európai városok – Dubrovnik, Velence, Barcelona, Palma de Mallorca, Berlin – hamarosan a média középpontjába kerültek, és váltak a turizmusfóbia fémjelző helyszíneivé. Speciális problémakört jelentenek az éjszakai negyedekkel rendelkező városok esetei, amelyek jellemzően nem csupán „vigalmi negyedek”, hanem általában helyiek által lakott területeken, többségében spontán folyamat során, kevésbé tervezetten kialakult övezetek. Roberts (2006) kiemeli, hogy számos olyan éjszakai városnegyed látható Európában, amelyek kreatív negyedekből alakultak ki. Ezek a negyedek jellemzően a „kreatív városok” városfejlesztési koncepció kapcsán jöttek létre eredetileg, amely a városok versenyképességének fokozását az ezredfordulón kulturális és kreatív tevékenységek, a kreatív iparágak fejlesztésében és erre speciálisan kijelölt kreatív negyedekben látták, amelyek pezsgő kulturális atmoszférát, munkahelyet és szórakozást biztosítanak az ott élőknek és dolgozóknak (Pradel-Miguel, 2017). Magát a koncepciót számos kritika érte, elsősorban a fejlesztett negyedek dzsentifikációja és a külkerületek lemaradása kapcsán. Témánk szempontjából egyik legfontosabb problémakör az, hogy a kreatív negyedek egy részében hamarosan bárók és éttermek sokasága jelent meg és Dublin példájánál maradván „a (dublini) Temple Bar negyed, és a belőle létrehozott kulturális negyed lecsúszása, a lány-, és legénybúcsú helyszínevé válása jól érzékelteti a változást” (Roberts, 2006, p. 332).

Budapest esetében Belső-Erzsébetváros áll a túlzott turizmus célkeresztjében: a romkocsmá-negyednek ott-hont adó VII. kerületi rész Budapest történelmi belvárosához tartozik, a zsidónegyedként is ismert városrész jelentős értékeket hordoz máig a zsidó kultúrtörténetből. A rendszerváltás és a '90-es évek gazdasági recessziója sajnálatosan visszavetette a negyed megújulásának lehetőségét (Csanádi, Csizmady, Koszeghy, & Tomay 2006; Olt, 2017). A fordulat 2004-ben következett be, amikor is az első romkocsmák létrejöttek. Néhány éven belül már láthatóvá vált, hogy Belső-Erzsébetvárosban egy kreatív milió kezd kialakulni, speciális atmoszférát biztosító romkocsmák által (Egedy & Smith, 2016). A negyedben a vendéglátás és a turizmus egyre nagyobb fókuszot kapott. Smith és társai (2018) vizsgálatuk szerint a negyedről egyre inkább a parti-turizmus és a legény-, lánybúcsú képe alakul ki, amelyet támogat a negyed olyan Airbnb és hostel kínálata, amely inkább társaságok részére kínál szolgáltatást. Meg kell azonban jegyezni, hogy a negyedben megjelenő szegmensek egy részét teszik ki a külföldiek, és a magyar látogatók szintén fontos célcsoportot jelentenek (Kelemen-Erdős & Mitev, 2017).

Az éjszakai élet negatív hatásai az elmúlt években már-már elviselhetetlen terhet jelentenek az ott élőknek. Még akkor is, ha a negyed lakossága lassú átalakuláson megy keresztül, és a pezsgő életre vélhetően nyitottabb, fiatalabb korosztály érkezik a területre. A legfrissebb, elérhető statisztikai elemzések szerint az aktív korúak arányának növekedése fokozódott a kerületben, a lakosság kétharmada a 15-59 éves korosztályba tartozott 2011-ben (ITS, 2015.) A negyedben érzékelhető negatív hatások az elmúlt öt évben drámaian fokozódtak, a fiatalabb, aktív réteget és az egyébként statisztikákban kevésbé számszerűsíthető lakásbérlelőket is zavarva. Mindez láthatóvá vált a helyiek önszerveződésében: 2010-es éveket követően több helyi érdekvédelmi szervezet is alakult a negyedben, amelyek közül az Élhető Erzsébetváros nevű kezdeményezés vált különösen aktívvá és 2017-ben több platformon nyilvánította ki érdekvédelmi igényeit a helyi önkormányzat felé (Turizmusonline, 2017a). Az aktív megjelenésnek köszönhetően a helyi önkormányzat néhány, a civilek szerint kevésbé hatékony megoldást javasolt, és népszavazást írt ki az éjszakai nyitva tartás korlátozásáról, amely érvénytelenül zárult ugyan, de a Belső-Erzsébetvárosban élők továbbra is a megoldásokat keresik (Turizmusonline, 2017b). Az egyik általuk fontosnak ítélt megoldás lehet az éjszakai polgármester intézményének kialakítása. A fris-

sen létrehozott civil szervezet a Budapest Night Mayor (Budapest Éjszakai Nagykövetsége) alapító tagjai között jellemzően romkocsmák, bárók, éttermek képviselői találhatók és számos rendezvény, egyeztetés és technológiai megoldás kivitelezése áll a tervek középpontjában.

Kutatásunkban arra keressük a választ, hogy az éjszakai gazdaság milyen hatást gyakorol a desztinációs versenyképességre és hogyan, milyen célokat követve, megoldásokat hordozva szolgálja a társadalmi innováció ezen hatások kezelését és a desztinációs versenyképességet? A gyakorlati felhasználhatóság mellett eredményeink várhatóan hozzájárulnak a társadalmi innováció szakirodalmához, különös tekintettel a társadalmi innováció fogalmi lehatárolása körüli vitákban való állásfoglalás által. Továbbá hiánypótlónak tekinthető az elemzés a turizmust és a desztinációs versenyképességet érintő társadalmi innovációt vizsgáló kutatások terén.

Cikkünkben elsőként kitérünk a területi és a desztinációs versenyképesség legfontosabb elméleti modelljeire, továbbá a társadalmi innováció megközelítéseire, megjelenésének példáira az éjszakai gazdasággal rendelkező városokban. Ezen desztinációkban jelentős teher nehezedik a helyi lakosságra, amelyet általában szélesebb körű összefogás, innovatív megoldások és a helyi lakosok kormányzati lépéseket kiegészítő megoldásai, azaz feltételezhetően a társadalmi innováció tárgykörébe tartozó folyamatok képesek jelezni és enyhíteni. Kutatásunkban a budapesti romkocsmá-nyegyedre helyezzük a hangsúlyt, bemutatva a negyed fejlődésének folyamatát és a kvalitatív kutatás eredményeit, amelyek egyaránt szolgálják a versenyképesség vizsgálatát, annak sérülését jelző megmozdulásokat, valamint a problémák jelzésére és megoldására vonatkozó társadalmi innováció mibenlétének, céljainak, folyamatának, hatásainak a feltárását és tanulságokat a hazai városok részére.

## Elméleti háttér

### A regionális és desztinációs versenyképesség

Kutatásunk fő elméleti keretét a versenyképesség jelenti. A versenyképesség vizsgálata hagyományosan vállalati vagy nemzetgazdasági szinten történik, ugyanakkor az elmúlt évtizedekben egyre jelentősebb irányt a mikro- és a makroszint közé beékelődő ún. mezoszint, azaz regionális területekre vonatkozó értelmezés jelenti (Palkovits, 2000; Fenyővári & Lukovics, 2011; Lengyel, 2000). A regionális versenyképesség a következőképpen határozható meg: „... nyitott gazdaságban a régiók képessége relatíve magas jövedelem és relatíve magas foglalkoztatottsági szint létrehozására” (Lengyel, 2000, p. 975).

Mindezen regionális versenyképességre vonatkozó irányok kiváló alapot jelentenek a desztinációs versenyképesség megértéséhez, amelyhez elsődlegesen a desztinációk fogalmát szükséges tisztázni. Hagyományosan desztináció alatt egy olyan célterületet értünk, amely rendelkezik megfelelő vonzerővel és turisztikai szolgáltatással annak érdekében, hogy utazási céllá váljon (Bieger, 1997; Tasnádi 2002). További és frissebb megközelítések esetében szükséges kiemelni a turisztikai élményt és a helyi lako-

sokkal és szolgáltatókkal való kapcsolatot középpontba való helyezését (Reinhold, Laesser & Beritelli, 2015, p. 138). A desztinációs versenyképesség meghatározó eleme a fentiekben kiemelt szoros kapcsolat a helyi lakosokkal, akik egyrészt jó esetben mindebből anyagilag részesednek, továbbá érzelmi és értelmi szinten gazdagodhatnak, és legkevésbé sérül jóllétük a turizmus negatív hatásai által (Sziva, 2012). A desztinációk versenyképességét a következőképp határozhatjuk meg: „A versenyképesség a desztinációk azon képessége, amely alapján a terület legalább olyan vonzóvá tud válni és képes maradni a helyi lakosok körében, mint az utazók számára, miközben minőséget, jó ár/érték arányú innovatív és vonzó turisztikai szolgáltatást kínál, annak érdekében, hogy megfelelő piaci részesedést szerezzen a globális piacon, miközben képes megőrizni a turizmust támogató erőforrások hatékonyságát, fenntartható módon” (Dupeyras & MacCallum, 2013, p.7). Mindebben láthatóvá válik a desztinációs versenyképesség fő célja, a helyiek jóléte és jólléte, valamint az azt biztosító keresleti oldali siker, amely olyan élmény- és szolgáltatásnyújtó képességre vonatkozik, amely a kereslet elégedettségét szolgálja, fenntartható módon.

### Társadalmi innováció fogalma és kapcsolata a versenyképességgel

A társadalmi innováció olyan újszerű megoldás, ahol fejlesztés áll a középpontban, amely általában felmerülő társadalmi problémák megoldását szolgálja és új értékeket, attitűdöket, struktúrákat alakít ki, jellemzően hatékonyabban, mint az eddigi megoldások (Kocziszky, Veresné & Balaton, 2017, 2015; The Young Foundation, 2012). A társadalmi innováció meglehetősen új fogalom, amelynek definíciója kapcsán számos vita látható, ugyanakkor a kutatói közösségek megegyeznek néhány alapelem tekintetében, amelyek a következők:

- általában tanulási folyamattal jár együtt (Varga & Nemes 2015),
- nem különíthető el technológiai vagy más jellegű innovációtól, legtöbbször egymásra épülnek ezen megoldások (The Young Foundation, 2012),
- általában a közösség felhatalmazásával, az aktivitás erősítésével jár (Angelidou & Psaltoglou, 2017),
- központi eleme a társadalmi kapcsolatok változása (Pue, Vandergeest & Breznitz, 2016).

Komoly vitatémát képez például az az irány, miszerint csak akkor nevezhető társadalmi innovációnak a folyamat, ha végeredménye pozitív, tehát az érintett közösség jólléte fokozódott (Have & Rubalcava, 2016; Pol & Ville 2009). Ebben a tekintetben mi képviseljük Pue et al. (2016) álláspontját, miszerint nem feltétlenül szükséges a társadalmi jóllét fokozódása, vagy bármely más eredmény létrejötte ahhoz, hogy a fentiekben látható elvek alapján kialakuló társadalmi folyamatot, amely a társadalmi kapcsolatok változásával jár, társadalmi innovációként azonosítsunk. Az említett szerzőtársak azzal indokolják magyarázatukat, hogy gyakran a társadalmi innováció anélkül is elindít változást, hogy valóban mérhető jólléti, vagy egyéb kézzel fogható kimenete legyen, továbbá már abban is je-

lentős szerepe van, hogy egy társadalmi probléma mindez által a felszínre kerüljön, még akkor is, ha megoldása nem történik meg. Mindezt a turisztikai desztinációkban különösen érvényesnek találjuk két okból: egyrészt a turizmus negatív hatásainak jelzése kiemelten fontos a turisztikai desztinációk fenntarthatósága és versenyképessége szempontjából, tehát a problémák felszínre kerülése is kifejezetten értékes, másrészt a turisztikai szektort alkotó érintettek gyakran erőforrás hiánnyal küzdenek, mindezt a látványos eredmények megvalósítása sokszor elmarad, vagy részben valósul meg.

Szintén irányadónak és az általunk képviselt állásponttal megegyezőnek találjuk Pue et al. (2016) azon megközelítését, miszerint „a társadalmi innováció egy olyan folyamat, mely során kreatív, társadalmat formáló stratégia kerül kialakításra egy bizonyos társadalmi cél elérése érdekében, a társadalmi kapcsolatok átalakulásával” (Pue et al., 2016, p.10). Mindebből az alábbi tényezők emelendők ki további vizsgálatra:

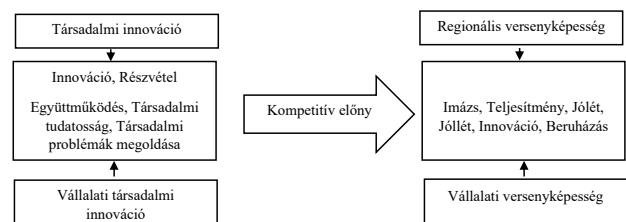
1. Az innováció célja: A cél jellemzően egy társadalmi probléma megoldása, amelyet a folyamatban érintettek közösen elfogadnak, ugyanakkor az is előfordulhat, hogy folyamat által kerül felfedezésre egy-egy mélyebb probléma. Ebben az esetben az innováció célja lehet a probléma általános elismerése.
2. A kreatív társadalmi stratégia: A kreatív társadalmi stratégia olyan ötletet tartalmaz, vagy az ötlet megvalósítására vonatkozó tervet, amely a társadalmi kapcsolatok megváltoztatását és pozitív társadalmi hatás elérését szolgálja. Mindezt egyének, vagy egy szervezet is létrehozhatja. Az ötlet akkor innovatív, ha teljesen újszerű vagy egy korábban létező ötlet új kontextusba való áthelyezését jeleníti meg. A kreatív társadalmi stratégia további jellemzője, hogy optimálisan a szereplők együttműködése során jön létre.
3. Az innováció kulcsszereplője és folyamata: Az innováció egyik kulcsszereplője a társadalmi változásokat kezdeményező, a szociális vállalkozó vagy vállalkozók. Az a személy vagy személyek, akik a kreatív társadalmi stratégiát kidolgozzák és azt az érintettekkel megosztják, annak közös megértését, megvitatását, elfogadását szolgálva. (Kiemelendő, hogy a vállalkozó szerepe esetenként itt lezárul és a stratégia megvalósításában ő már nem vesz részt.) Az innováció folyamata jellemzően két fázisra bontható. A cselekvésközpontú fázisban a főszerepet a szociális vállalkozó játssza és a fázis fő kimenete a társadalmi probléma felismerése és a kreatív társadalmi stratégia kialakítása. A strukturális fázisban a kreatív stratégia elismerésére, érvényesülésére vonatkozik, amik a szociális vállalkozó megismerteti az érintettekkel a stratégiát és a korai elfogadók segítségével az ötlet teszt-projektken keresztüli kivitelezésére kerül sor. Végül a tesztelés után a szélesebb célcsoport körében is ismertté és elérhetővé válik a megoldás, amely végül a kreatív stratégia „intézményesüléséhez” vezet.

4. Az innováció kimenete és társadalmi kapcsolatok változása: Mint a fentiekben kifejtésre került, Pue et al. (2016) az ötlet megvalósítását és a társadalom jóllétének fokozását nem tartják elengedhetetlen feltételnek, amely álláspontunk szerinti. A társadalmi kapcsolatokban történő változások a kreatív stratégia kialakulása, tesztelése során újabb csoportok aktivizálódhatnak, újabb innovációk indulhatnak el, amely szintén hasznos eredmény.

Témánk szempontjából fontos áttekinteni a versenyképesség és a társadalmi innováció kapcsolatát, amely egyelőre kevésbé került a versenyképességet kutatók érdeklődésének középpontjába, különösen a desztinációk tekintetében, de a regionális versenyképesség esetében már látható előrelépés. Az utóbbi téren megjelenő megközelítések a társadalmi innováció szerepét a jóllétet befolyásolni képes tényezőként azonosítják, amely a regionális versenyképesség fontos célja (Hervainé, 2015, p. 20). Esen, Asik-Dizdar & Maden (2015) abból az alapvetésből indulnak ki, hogy a vállalatok és a civil szervezetek közötti együttműködés, amelyet vállalati (corporate) társadalmi innovációnak neveznek, fokozza a termelékenységét. A társadalmi innovációból, amely értelmezésük szerint a helyi lakosok és civil szervezetek tevékenysége által alakul ki, valamint a vállalati társadalmi innovációból származó haszon kompetitív előnyt jelent, amely által a régió jóléte, jólléte, imázsa, teljesítménye fokozódik. Mindezen vetületeket további kutatásokra javasolják az 1. koncepcionális ábra mentén.

1. ábra

**A társadalmi innováció és regionális versenyképesség koncepcionális kerete**



Forrás: Esen et al. (2015, p. 121) saját szerkesztés

**A társadalmi innováció megjelenése a turizmusban és az éjszakai gazdaság menedzsmentjében**

A társadalmi innováció kevésbé kutatott téma a turizmus területén: „a turizmusipar számos területén jelen vannak a társadalmi innováció kisebb-nagyobb csírái, de a nexus még nem lépte át a számunkra releváns értelmezési keret határait” (Michalkó, Kenesei, Kiss, Kolos, Kovács. & Pinke-Sziva, 2018, p. 5). (A nemzetközi tudományos cikkek között napjainkig sem találunk a ScienceDirect adatbázisban olyat, amelynek címében vagy absztraktjában a turizmus és a társadalmi innováció témája egyidejűleg szerepelne és a szövegben történő keresés esetén is csekély a találat.) A társadalmi innováció elméleti megközelítéseit összegző cikkek között található olyan,



amely a turizmust példaként emeli ki. Különösen a fenn tartható fejlődés aspektusainak körében jelennek meg ezek a tanulmányok, mint például Turker & Vural (2017) szerzőpárosé, akik a helyi civil szervezetek kudarcának és a társadalmi innováció hiányának is találják, hogy a turizmus negatív hatásait (szennyezés, zöld területek elvesztése, tömeg) nem sikerül kezelni, vagy az erdőhasználat terén megjelenő turisztikai aktivitások lehetőségeként, amelyek kontrollált körülmények között a helyi közösség érdekeit szolgálják (Klúváncová et al., 2018). Továbbá a városfejlesztéssel foglalkozó irodalom tárgyval olyan esettanulmányokat, ahol a kreatív negyedek turisztikai hasznosulása megjelenik, mint például Barcelona és Berlin esetében (García, Eizaguirre & Pradel, 2015; Pradel-Miguel, 2017). Összességében elmondható ugyanakkor, hogy a társadalmi innováció és a turizmus metszetében kevés célzott, szisztematikus elemzés történt mindeztidáig, holott erre nagy szükség lenne, különösen olyan területeken, ahol a turizmus negatív hatásainak menedzselése jelenti a fő témát. Mindez kiemelten igaz a turizmus és az éjszakai gazdaság erőteljes problémakörének vizsgálatakor.

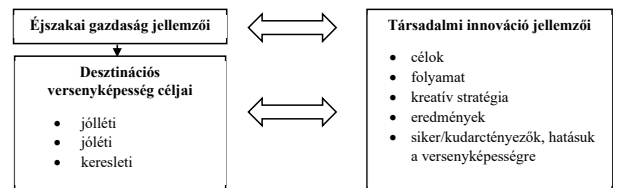
Éjszakai gazdaság alatt mindazon aktivitások összességét értjük, amelyek este történnek egy adott területen, és esti, éjszakai szórakozáshoz vagy vásárláshoz kapcsolódnak (Shaw, 2010). A téma érzékenységét az adja, hogy a negatív hatásokat az önkormányzatok csak részint képesek orvosolni, mivel nagy a dilemma a belső negyedekben található szolgáltatások jövedelemtermelő-képességének megőrzése és az éjszakai élet negatív externális hatásainak kezelése terén (Roberts & Gornostaeva, 2007). Mindezt a társadalmi innováció által hordozott megoldások lehetnek célravezetőek, amelyek jellemzően, sikeres esetekben a helyi önkormányzattal, turisztikai szervezetekkel és magukkal a szolgáltatókkal való együttműködésben működhetnek hatékonyan, mint ahogyan az alábbi példák mutatják:

- Purple flag éjszakai életre vonatkozó védjegy az Egyesült Királyságban: éjszakai élet biztonságosabbá tétele, a helyiek nyugalmanak védelme, kormányzati intézkedéseken túl (pl. rendőrségi jelenlét, utcák tisztítása, utcai forgalom menedzselése), számos alulról jövő, civil kezdeményezéssel (pl. polgárőrség).
- Éjszakai polgármester: Az éjszakai marsall feladata az éjszakai élet újragondolása, az érintettek közötti mediáció által az éjszakai negyedek biztonságossá tétele, és az alkoholhoz kevésbé köthető kulturális tevékenységek erősítése (ATCM, 2018) Amszterdam városának éjszakai polgármesterének legutóbbi kezdeményezése a szórakozási idő eltolására vonatkozott, az ún. éjjel-nappal nyitva lévő helyszínek hálózatának létrehozásával (Bloomberg Cities, 2017).
- A szolgáltatók önkéntes kezdeményezése: Tréningek szervezése, amelyeken az alkalmazottak a felelős kiszolgálás (túlzottan ittas személyek védelme) és konfliktus-menedzsment témakörben szerezhetnek új tapasztalatot (Calafat et al., 2010).

## A kutatás módszertana

Kutatásunk tervezésének alapját alkotó koncepcionális keret a 2. ábrán látható, amelyen bemutatjuk az egyes kutatási fázisok egymásra épülését.

2. ábra  
A kutatás koncepcionális kerete



Forrás: saját szerkesztés

Az első fázis során azt vizsgáljuk, hogy az éjszakai gazdaságnak milyen hatása van a desztinációs versenyképesség keresleti és jólléti céljainak teljesülésére. A kutatás második fázisában célunk annak azonosítása, hogy a társadalmi innovációnak milyen folyamatai, stratégiai fedezhetőek fel a negyedben, és milyen megoldások, eredmények születhetnek a helyiek és látogatók jóllétének érdekében, amelyek más helyszíneken is alkalmazhatók.

Az éjszakai gazdaság és a desztinációs versenyképesség összefüggéseit a következő alkérdések mentén vizsgáljuk:

1. Milyen motivációval tartózkodnak az éjszakai gazdaság fókuszú negyedben a megkérdezettek?
2. Mi szolgálja, és mi korlátozza a helyi lakosok és a látogatók jólétét és jóllétét?

Kutatásunk feltáró jellegű, ezért kvalitatív kutatást végeztünk 2017 őszén. Összesen harminc félig strukturált mélyinterjú készült, tíz-tíz-tíz valamennyi érintett csoportban (azaz a helyiek, belföldi látogatók és külföldi látogatók körében). Fontosnak ítéltük meg, hogy a helyi lakók esetében minden korosztályból találjunk interjúalanyt, így a 18-29 éves korosztályból hat válaszadót, a 30-50 éves korosztályból kettőt és az 50 év feletti csoportból két alanyt választottunk ki. A látogatók esetében hagyatkoztunk korábbi megfigyeléseinkre, amelyek a legnépszerűbb romkocsmahelyszínek szegmenseinek vizsgálatát célozták meghatározott, népszerű időszakokban és amely által láthatóvá vált, hogy a negyedbe látogatók inkább a 40 év alatti korosztályba tartoznak. Mindezt mind a külföldi, mind a hazai látogatók esetében az alanyok 80%-a 40 év alatti korcsoportba tartozott, amíg két válaszadó 40 és 50 év közötti volt.

A második fázisban, a társadalmi innováció témakörében a következő kutatási alkérdésekre kerestük a választ:

1. Milyen társadalmi probléma okán jöttek létre civil szervezetek a negyedben?
2. Milyen kreatív társadalmi stratégiát alakítottak ki?
3. Mi jellemezte az innováció folyamatát?
4. Mi lett az innováció eredménye?
5. Melyek az innovatív megoldások siker- és kudarc-tényezői és mindezek hogyan hatnak a desztinációs versenyképességre?

Ebben a fázisban szakértői interjúkra került sor 2018 őszén: a romkocsmá-negyed korábban bemutatott két szervezetének, az Élhető Erzsébetvárosnak (ÉE a továbbiakban) és Budapest Night Mayor új nevén Night Embassy of Budapest-nek (NEB a továbbiakban) a vezetőinek a megkérdezésével.

## Eredmények

### A lakosok, valamint a hazai és külföldi látogatók körében végzett interjúk eredményei

Az egyes csoportok körében végzett interjúk eredményeit az alábbiakban mutatjuk be: a versenyképesség jövléti vonatkozásait illetően elsőként a helyiek véleményét, majd a keresleti oldali megítélést illetően a belföldi, majd a külföldi látogatók percepcióit összegezzük.

- A helyi lakosok egyöntetű állítása, hogy a negyed lokációja miatt szeretnek ott élni. Legtöbben a közelséget, illetve a negyed sajátos atmoszféráját emelik ki. Mindezért a megkérdezettek egyike sem kíván elköltözni egyelőre. Az interjúalanyok így fogalmaztak: „Azért szeretek itt élni, mert minden, a posta, a DM, a bank egy karnyújtásnyira van” (22 éves nő). „Bármit könnyen meg lehet találni, el lehet intézni. Bárhová könnyen el lehet jutni, ezért kerestem itt lakást” (39 éves férfi). A diákok és a fiatal dolgozók számára fontosak a szórakozási lehetőségek, többségük hetente látogatja a romkocsmákat, éttermeket, bulihelyszíneket; a középkorú családosok havonta egyszer-kétszer mennek szórakozni, és akkor étterembe járnak, amíg a senior megkérdezettek soha nem voltak a környéken szórakozni. Az éjszakai gazdaság problémáit mindenki kiemelte. Az 50 év felettiek a zajt emelték ki, ami a „kocsmákból és az utcákról felhallatszik” (50 év körüli nő), addig a fiatalabbak specifikusabban érzékelték, hogy az utcákon mozgó tömegek a problémások és így fogalmaztak: „Az utcákon lehet csak dohányozni, ezért kint iszogatnak és zajongnak a dohányzók. A kocsmatúrák résztvevői hangoskodva mennek egyik helyről a másikra, ez a leginkább zavaró” (22 éves nő). Többen azt emelték ki, hogy megváltozott a negyed az utóbbi egy-két nyáron, és a bulizó, részeg külföldiek, a legénybúcsúk résztvevői nagyon zavaróak lettek. A fiatalabbak a tömeget nem szeretik az utcán, és kiemelték, hogy az árak mind a kocsmákban, mind az élelmiszerüzletekben elszabadultak. Az egyik diáklány kifejezetten veszélyesnek érezte a részeket az utcán, amíg egy 30 körüli nő a drogdílerektől tart.
- A hazai látogatók mind kiemelték, hogy a negyedet a központi fekvése, jó elérhetősége és a szórakozási helyszínek, éttermek sokasága miatt látogatják: „Ez a legkézenfekvőbb hely, hogy a baráti társaságot összehívjuk, könnyű elérni, könnyű olyan helyet találni, ami az igényeiket szolgálja és mindig tele van élettel” (24 éves nő). A diákok a bulizás miatt, barátokkal való találkozás, vagy érdekes emberekkel való ismerkedés céljából érkeznek, amíg a fiatal dolgozók munka utáni lazítás miatt. A 30-asok közül többen

kiemelték, hogy különleges helyszínek is léteznek, ahol jó minőségű italokat „világklasszis söröket” és ételeket is lehet fogyasztani a környéken. Általános problémaként a tisztasági hiányát, és az utcákon terjengő büzt nehezményezték a megkérdezettek. További problémaként jelent meg „a viselkedni nem tudó legénybúcsúzó” (25 éves férfi) és az utcákon lévő tömeg, valamint a forgalmi dugók. Többen szerint a gondot a turisták okozzák: „A turisták csak az olcsó alkohol miatt jönnek. Sokkal jobban hangsúlyozni kellene a kulturális örökségünket a kommunikációban, és felhívni a figyelmet arra, hogyan viselkedjenek” (22 éves férfi).

- A turisták meglehetősen változatos motivációval érkeztek a városba: hárman legény-, illetve lánybúcsúra jöttek és körükben elterjedt volt a nézet, miszerint itt olcsó és jó az éjszakai élet. Többen érkeztek barátok és családlátogatás céljából, ketten üzleti úton voltak, amíg többen emelték a kulturális városnézést, mint elsődleges célt, viszont közöttük is volt olyan, aki megemlítette, hogy Budapest olcsó város. A turisták jellemzően le volt nyugözve a negyedtől. Általánosan elmondható, hogy nagyon „menőnek” és egyedinek találták, amelyet máshol nem láthat az ember, de azért mégis autentikus: „Az utcák csodásak, érződik a falakból a történelem” (22 éves lány). A fiatalok kiemelték, hogy nagyon sok „jófej” emberrel lehet itt találkozni, és beszélgetni. A diverzitás szintén hangsúlyt kapott mind a zene, mind a kocsmák terén: „Minden bár más, ezért is érdemes körbejárni őket” (29 éves férfi), „Nagyon sokszínű a zenei kínálat, ez nagyon tetszik” (45 év körüli férfi). Továbbá többen tértek arra ki, hogy a kiszolgálással elégedettek. A negatívumok közül őket is, mint a magyar látogatókat, a kosz, a szemetelés és a bűz zavarta leginkább: „Talán az lehet a baj, hogy engedik, hogy az emberek az utcán igyanak és ettől durvul el a helyzet az utcákon” (35 éves nő). Többen emelték ki a hajléktalanságot és a részeg, hangos csoportosulásokat. Volt olyan turista is, aki semmi negatívumot nem észlelt, arra hivatkozva, hogy még csak most érkezett a városba.

### A civil szervezetekkel végzett interjúk eredményei

#### A társadalmi probléma

Mindkét szervezet a közelmúltban alakult. A Night Embassy of Budapest nevű szerveződés 2016-ban jött létre. A NEB inkább vállalkozókat tömörítő egyesület, amelynek célja a nemzetközi minták szerint, a konfliktusok egyeztetés útján történő megoldása. A NEB vezetője így fogalmazott: „Az amszterdami modell megvalósítása állt céljaink között, tehát egy olyan facilitátor szervezet létrehozása, amely az éjszakai városrészben kialakult konfliktusok megoldását szolgálja.”

Az Élhető Erzsébetváros 2017-ben alakult, az egyre nehezebben elviselhető hatások és erősödő konfliktusok nyomására, amelyek a helyi lakók és a romkocsmák között feszülnek. Interjúalanyunk a következőket emelte ki:

„Nem csupán a zajról, hanem a rezgésről is szó van, amelyet egy-egy kocsmából disco-vá változó hely kibocsájt. (...) A szemtelenség pedig nem csak az utcákon problémás; egyes kocszmák segítségével bejuthatnak a vendégek a kapualjakba és elviselhetetlen körülmények keletkeznek reggelre” (ÉE vezetője). Egy munkavállaló és további 2-3 önkéntes végzi a munkát a szervezetben. Látható tehát, hogy mindkét szervezet létrejött a turizmus és az éjszakai gazdaság okozta társadalmi problémára való reakcióként történt, amely a Pue és társai (2016) értelmezése szerint már nevezhető társadalmi innováció fontos érdemének.

### Kreatív társadalmi stratégia

A NEB fő célja az ún. „24 órás város” megteremtése, amely Amsterdam esetében a fentiekben korábban kiemelésre került, és amely során a terhelés koncentrációja mind térben, mind időben enyhíthető lenne. A szervezet jelenleg 30 vállalkozást tömörít magában, és néhány olyan a negyedben élő vagy működő szereplőt, akik időközben csatlakoztak a szervezethez és nagy hatást gyakorolnak a közvéleményre: „Influencereknek hívjuk őket, lehetnek egy-egy háztömb képviselői vagy a helyi kerékpáros szervezetek vezetői” (NEB vezetője). A kreatív stratégia nyomán tehát a társadalmi kapcsolatokban történt változás és néhány kiemelt szereplői kör aktivitása megnőtt.

Az Élhető Erzsébetváros esetében a cél az, hogy elérjék, hogy a kocszmák a szabályok szerint működjenek, amelyekhez kapcsolódik a megfelelő zaj- és rezgésvédelem és egy olyan keretrendszer kidolgozását kívánják elérni a szabályozók és a politika bevonásával, amely a helyiek életével összeegyeztethető, és amelynek az éjfél zárás az alapeleme. Esetükben is látható a helyiek aktivizálása és a platformot eleinte a közéleti provokáció, a demonstrációk szervezése jelentette. „Ilyen volt a szemétszedési akciónk, amely során a kocszmák előtti fekete zsákokat az önkormányzat elé akartuk borítani, de megjelentek a konténerek az önkormányzat előtt, illetve szembe találtuk magunkat a rendőri gárdával” (ÉE vezetője). Ez az esemény nagy médiavisszhangot váltott ki, ahogyan az éjszakai demonstrációik is, amikor a helyiek felvonultak éjszaka a kocszmák előtt.

### Az innováció folyamata

Mindkét szervezet esetében a vezetőknek meghatározó szerep jut: a vezetők egyeztetnek, ők, azok, akik szóvivőként és moderátorként is jelen vannak, a stratégiai lépések kitalálói és a megvalósítás aktív szereplői, ők azok, akiket szociális vállalkozóként azonosíthatunk. Az ÉE vezetője váratlanul vált kiemelt szereplővé: „A demonstráció után ott álltunk a média rivaldafényében és azt vettem észre, hogy a többiek elhúzódtak a riporterek köréből és ott maradtam egyedül. (...) Azóta tudatosan vállalom a szóvivő szerepét.” A NEB esetében néhány jóbarát alkotja a szervezet magját, akik közül a leginkább elérhető vált a szervezet vezetőjévé.

Mindkét szervezet igen aktív néhány évet tud maga mögött, amely során ki-ki a saját eszközeivel próbálta a konfliktust kezelni és a megoldásokat megtalálni, miközben fontos tapasztalatok vagy éppen kudarcok által tanultak.

A NEB esetében a kocszmák által okozott hatások csökkentésén van a hangsúly a kreatív társadalmi stratégia tárgy körében. Az ún. cselekvésközpontú fázisban a tesztprojektek fontos szerepet kapnak. „Valós, látható problémamegoldásra törekszünk, vásároltunk egy takarítógépet, amely a Dohány utca és Síp utca között tud takarítani, néhány háztömböt ugyan egyelőre, most teszteljük, és ennél nyilván sokkal többet kellene” (NEB vezetője). Továbbá idetartoznak a Felelős Gasztrohós nevű szervezettel és a Sörgyártó Szövetséggel közös akciók, amelyeknek a fenntartható fogyasztás (szívószálmentesség és újrahasznosítható poharak használata, a kocszmák alkalmazottainak edukálása) áll a középpontjában és kellően hatásos volt a vendégek körében, akik rácsodálkoztak az akcióra és értékelték azt. A külföldről adaptált applikáció, az éjszakai járókelő elnevezésű program, amely a helyiek panaszait rögzítette volna ugyanakkor sajnos kudarcba fulladt, a „helyiek bojkottálták a programot” (NEB vezetője), amely utal arra, hogy az ötlet intézményesülése nem történt meg a strukturális fázisban. A NEB számára egyértelművé vált, hogy a nemzetközi megoldások közvetlen adaptációja nem működik és a közösségépítésen túl, a rövid távon megfogható eredmények elérése lehet hatásos, kis lépésekben, valamint a szélesebb kör elérése, olyan referenciaszemélyek bevonása, akik képesek a helyi lakosok érdekeinek egyeztetésére. „Asszertív kommunikáció és a vitakultúra kialakítása lenne a cél. Mindez nagyon lassú folyamat, de ebben mi katalizátorok szeretnénk lenni” (NEB vezetője).

Az ÉE más eszközökkel haladt előre, amelyben kiemelt szerepet kaptak a jogi beadványok, de fontos volt a médiamegjelenés biztosítása az egyes események (szervezett fórumok, demonstrációk) kapcsán és a közösségi média használata is. Az ebben elért tapasztalatok, a politikai szintér megismerése előirányozta az, hogy az ÉE távlati célja a politikai részvétel: „az önkormányzati választáson akár csak egy ember listáról való bejutása, már hatalmas eredmény lenne, és ez segíthetné, hogy a mérleg nyelve a helyiek érdekei felé billenjen” (ÉE vezetője). Tevékenységük csúcspontja az a 2018 februárjára kiírt népszavazás volt, amelynek témája az éjfél zárás volt. Az ÉE hatalmas erőfeszítéseket tett a kampány mögé: „Bekopogtunk személyesen minden lakásba. (...) Nem volt könnyű látni a viszonyokat, viszont az öröm volt, hogy a személyemet és a szervezetet felismerték” (ÉE vezetője). Ellenére ennek a szavazás sajnálatosan érvénytelen lett az alacsony részvétel miatt, amely a helyiek megfelelő aktivitásának és a közösség erejének kérdésességét veti fel és egyidőre megakasztotta az ÉE lelkes aktivitását.

A strukturális fázis mindkét szervezet esetében problémát jelentett, mert szélesebb rétegek körében nem találtak felismerésre, elfogadásra, támogatásra a megoldási javaslatok. Az ÉE vezetője erre a következő magyarázatot adja: „Mindez visszavezethető arra, hogy a negyedben nem maradtak családok, alig maradt középosztálybeli (...) Hiányzik a bázis. Ki fog pénzt adományozni, vagy éjszaka az utcára jönni és önkéntesen őrködni?” (ÉE vezetője). Hasonlóképpen látja a problémát a NEB vezetője, aki szerint különösen az idős személyek kevésbé komp-



romisszumképesek, és maga az értelmes vita és érvelés hiányzik az egyeztetéseken, amely nélkül igazán nehéz. Habár láthatóan sikerült több ezer embert mozgósítani a népszavazás kapcsán, amely ugyan kevés volt, de a szervezet, az ÉE, különösen a vezetője és a céljaik ismertté váltak, viszont kevés a tenni képes és akaró ember. „*Sok a kommenthuszár, akik a Facebookon elmondják a véleményüket, de amikor tenni kell, éjszakai demonstrációra kellene jönni, akkor nincsenek ott...*” (ÉE vezetője). A szélesebb körű egyeztetések keretében eleinte folyt egyeztetés a két szervezet között is, bizonyos eredményeket, felhívásokat közösen kommunikáltak, ugyanakkor mindez az utóbbi időben megszakadt. A folyamatos konfliktusokban való kimerülés okán, szinte fel sem merül egyik fél oldalán sem a további egyeztetések lehetősége. A felek jelen álláspont szerint annyira eltérő víziókkal rendelkeznek (24 órás város vs. éjféli zárás), hogy ezen feltételek újratárgyalása, a szabályok közös végig gondolása egyelőre távolinak tűnik számukra.

### Az innováció kimenete és a társadalmi kapcsolatok változása

Látható tehát, hogy az innovatív megoldások szélesebb körben való elterjedése, intézményesülése elmaradt. Ugyanakkor látni kell azt is, hogy a probléma jelzése, a helyiek aktivizálása megtörtént, hiszen a NEB fórumain gyakran több száz ember megjelent, amíg a népszavazáson is részt vett közel négyezer fő, mindeközben pedig újabb irányok, ötletek generálódtak. Mindezáltal fokozódott a romkocsmák felelősségtudata, a környezetvédő és társadalmi szervezetek térnyerése a negyedben, egy-egy házközösség saját kezébe vette a hatások menedzselését, amely a társadalmi innováció fontos kimenete lehet. A helyiek a közösségi média segítségével aktív véleménycserét folytatnak a tudatosult problémák körül. Tény az is, hogy az álláspontok egyeztetése, a vállalkozói és társadalmi oldal közötti keretrendszer kialakítása várat magára. Mindez valószínűsíthetően az Élhető Erzsébetváros politikai térnyerése és az önkormányzat fokozódó szerepvállalása nyomán tud változni, amelynek elindulása szintén a társadalmi innovációs folyamat eredménye.

### Összegzés

#### Kutatási eredményeink értelmezése a versenyképesség és a társadalmi innováció keretrendszerében

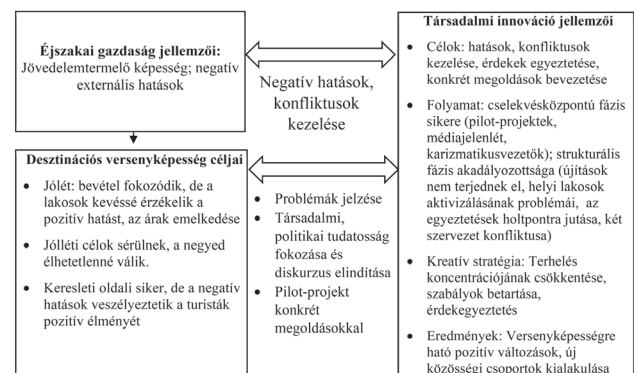
A kutatás eredményeinek interpretációját a 3. ábrán látható koncepcionális modellbe foglaltuk, kiemelve az egyes fő vizsgálati dimenziókra vonatkozó következtetéseket.

Összességében a versenyképességre fókuszáló kutatási alkérdésekre válaszul elmondható, hogy a negyed a keresleti oldali versenyképessége általánosságban jól alakult az elmúlt években, hiszen egyedi, különleges atmoszférát nyújt, olyat, ami máshol nem tapasztalható és a turisták nagyra értékelik mindezt. Ugyanakkor a turisták számára a negyed és összességében a város olcsó, amely törekeny és könnyen másolható előny, továbbá kevésbé kedvez a jövedelmezőségének, valamint a helyi lakosok érdekeire

figyelő szegmensek megjelenésének, vagy éppen visszatérésének. A keresleti oldali sikert is fenyegetik a negatív hatások, amelyek közül a higiéniai tényezők a legzavaróbbak, de a zajt és a tömeget is negatívan értékelik a turisták. A jóléti kérdést illetően kiemelendő a negyedben termelt gazdasági érték, az itt működő kocszmák, éttermek, szórakozóhelyek, szállásadók által termelt bevétel, amely forrást jelent a kerületnek is, így a lakosok is részesedhetnek annak közvetett hatásaiból, de ezt senki nem emelte ki. A terület versenyképessége a jóléti szempontok szerint viszont kifejezetten sérül, hiszen a helyi lakosok, különösen az idősek és a középkorúak elviselhetetlennek értékelik a negyed helyzetét, amely a zenés szórakozóhelyek miatt hangos és koszos, amíg a fiatalabb lakosok a tömeges, szervezett vagy épp szervezetlen kocsmatúrák miatt tartják azt élhetetlennek, különösen a nyári hónapokban élhetetlen. Mindez egybe mutat az éjszakai gazdasággal rendelkező európai városokban végzett kutatások eredményeivel, budapesti esettel gazdagítva ezen kutatásokat (Goodwin, 2017; Seraphine et al., 2018; Milano et al., 2017).

3. ábra

#### A desztinációs versenyképesség és a társadalmi innováció keretrendszere az éjszakai gazdaság hatásainak kezelése érdekében



Forrás: saját szerkesztés

A társadalmi innováció mibenlétére, céljára, folyamatára és sikertényezőre vonatkozó alkérdések tekintetében megállapíthatjuk, hogy a helyiek által elindított megmozdulásokat nevezhetjük társadalmi innovációnak abból a szempontból, hogy jelezték a felmerülő társadalmi problémát, amely egyben a desztináció versenyképességének romlására is vonatkozott. (Mindez kutatási eredménnyel támasztja alá Pue és társainak (2016) azon elméleti álláspontját, amely szerint társadalmi innovációként azonosítható az a jelenség is, ha egy társadalmi probléma jelzésre kerül. Ebben az esetben láthatóvá vált, hogy a társadalmi problémává váló hatások negatívan érintik a desztinációs versenyképességet és mindennek jelzése és értékes eredménynek számít.) Az ún. kreatív stratégiában megjelenő ötletek (takarítógép, környezetvédelmi intézkedések, etikus üzletvitel) egytől-egyig a pozitív turisztikai élmény megőrzését is szolgálják a helyiek jólétének biztosításán túl. Kiemelt eredmény a társadalmi és környezeti tuda-



tosság fokozása, amely a médiamegjelenések, a különböző akciók által mind a helyi lakosok, mind a látogatók, a szolgáltatók és az önkormányzat esetében is megjelent. Ezáltal elindult a diskurzus a problémák megoldására az érintettek között, amely ugyan a két fő szervezet között elmélyítette a konfliktust, de új csoportok (házközösségek, környezetvédők) aktivizálódását és politikai visszhangot váltott ki. A társadalmi innováció cselekvésközpontú folyamatában mindkét szervezet látványos sikereket ért el az azonnal megvalósítható megoldások pilot-projekt keretében történő bevezetése kapcsán, illetve a nyilvánosság és a társadalmi diskurzus megindulása terén. Mindebben a karizmatikus vezetőknek nagy szerep jutott és a közösségi média is támogatta e tevékenységeket, ahogyan a médiával való folyamatos kapcsolattartást is. E tényezők összessége nevezhető a negyedben megjelenő társadalmi innováció sikertényezőjeként. A strukturális fázisban felmerülő problémák jelentik ugyanakkor azon kockázati vagy kudarc tényezőket, amelyek a megoldások szélesebb körű elterjedését akadályozták, amelyek között a negyed lakosságának összetételéből (idősek és bérlők túlsúlya) adódó aktivitáshiány, illetve az érintett felek között az egyeztetések megakadása, valamint a két, vizsgált szervezet mélyülő konfliktusa jelenik meg. Kiemelendő ugyanakkor, hogy új társadalmi kapcsolatok alakultak ki, amelyek által a civil szervezetek aktivitása erősödött a negyedet érintő kérdésekben, valamint egy-egy házközösség összefogása hoz enyhülést a problémákra, továbbá az irányításpolitikai fokozódó figyelme látható, amelyet az ÉE politikai szerepvállalása is mozgat. Összességében a társadalmi innováció fentiekben bemutatott esetei hiánypótlónak nevezhetők a társadalmi innováció és a turizmus, valamint a regionális és desztinációs versenyképesség tükrében.

### Menedzseri következtetések

A jólléti oldalt és a keresleti sikert érintő negatív hatások összességében a desztináció versenyképességét veszélyeztetik, tekintve, hogy a helyiek jóllétére vonatkozó cél sérült és az „olcsó buli-desztináció” imázs hosszú távon nem jövedelmező a város turisztikai pozíciója szempontjából sem. A megoldások keresése és a konfliktusok feloldása érdekében civil szervezetek alakultak a negyedben, amelyek különböző fókusszal – a helyi lakosok és az irányításpolitikai megoldás fókuszával, illetve a vállalkozók tömörítésével és az érintettek érdekeinek facilitálásával – az érdekek összehangolásán dolgoznak. Mindkét szervezet aktív tevékenységet folytatott, amelynek lenyomatai láthatók a helyi lakosok tudatosságának fokozódásában, vagy egyes érintetti körök fenntartható fogyasztást támogató viselkedésében, amely lépések a helyiek jóllétét fokozzák. A társadalmi innováció sikertényezői között jelen esetben mindenképpen kiemelendő a karizmatikus vezető (szociális vállalkozó) megléte, valamint a széles körű médiamegjelenés biztosítása, amely mozgósítja a szereplőket mind a civil, mind a politikai vagy vállalkozói vonalon, ahogyan a közösségi média is, amely a közösségépítés és a panaszkezelés kiváló platformja. A kisebb lépésekben, látványos eredményeket

felvonultató megoldások tűnnek a legalkalmasabbnak, amelyek az érdekcsoportok közötti bizalom kialakulását is segítik. A felek ugyanakkor jelen álláspont szerint annyira eltérő víziókkal rendelkeznek (24 órás város és éjféli zárás), hogy mindezek újratárgyalása, a szabályok végig gondolása és olyan javaslatok tételje (pl. zajszigetelés, vagy a legénybúcsúk kitiltása, közös polgárórság szervezése), amelyek a helyi lakosok jóllétét egyaránt és egy kulturáltabb éjszakai élet kialakítását is szolgálják, nehéznek tűnik. A viták holtpontról való kimozdítása segítheti a terület versenyképességét szolgáló lépések megtételét, amely csökkenti a negyed terhelésének idő- és térbeli koncentrációját, és új irányokat fogalmaz meg a szórakozás és a helyi atmoszféra élvezetében, amely mind a vállalkozói, mind a lakói közösségnek érdeke és Budapest imázsa szempontjából pedig elengedhetetlen. Összességében jelen kutatás tapasztalatai fontos szempontokat jelenthetnek az adott kontextusban történő átgondolással a Budapesten kívüli, vidéki egyetemi városoknak, vagy a zenei fesztiváloknak otthont adó desztinációkban, ahol az éjszakai élet kapcsán felmerülhetnek hasonló problémák, amelyeknek megoldására a fentiekben látható társadalmi innováció sikertényezői jelenthetik a kulcsot.

### Kutatási korlátok és jövőbeli lehetőségek

Jelen kutatás feltáró céllal született, amely az adott alkérdésköröket a legfontosabb szereplők kiemelésével vizsgálta, két különálló, de témájában összekapcsolódó kvalitatív kutatás által. A megkérdezettek köre mindenképpen korlátozott volt és a minta jövőbeni szélesítése gazdagíthatná az eredményeket. Összességében az eredmények általánosíthatósága korlátozott, viszont az egyedi szervezeti esetek explicitté tett vizsgálata alapján kialakított koncepcionális modell további kutatásoknak adhat keretet. A jövőbeli kutatási irányok egyrészt a terület további szereplőinek feltérképezését szolgálhatják, akár a kvalitatív hagyományok folytatásával. Másrészt a lakosok és a turisták, valamint a magyar látogatók kvantitatív megkérdezésével, az életminőség kérdéskörének kvantifikálásával számszerűsíthető, nemzetközi szinten összehasonlítható eredmények válhatnak láthatóvá.

### Felhasznált irodalom

- Angelidou, M. & Psaltoglou, A. (2017). An empirical investigation of social innovation initiatives for sustainable urban development. *Sustainable Cities and Society*, 33(1), 113-125.  
<https://doi.org/10.1016/j.scs.2017.05.016>
- ATCM (2018). *Purple Flag Status: How It Fits Place Management Policy*. Retrieved from <https://www.atcm.org/purple-flag>
- Bieger, T. (1997). *Management von destinationen und Tourismusorganisationen* (2. Auflage). München, Wien: Verlag Oldenbourg.
- Bloomberg Cities (2017). *Rise of the night mayors*. Retrieved from <https://medium.com/@BloombergCities/rise-of-the-night-mayors-945a4fee5110>

- Calafat, A., Blay, N., Bellis, M., Hughes, K., & Kokkevi, A. (2010). *Tourism, nightlife and violence: a cross cultural analysis and preventive recommendations*. Retrieved from [http://www.irefrea.eu/uploads/PDF/Calafatetal\\_2010.pdf](http://www.irefrea.eu/uploads/PDF/Calafatetal_2010.pdf)
- Carmo Farinha, L. M. (2015). *Handbook of Research on Global Competitive Advantage through Innovation and Entrepreneurship*. Hershey: IGI Global.
- Csanádi, G., Csizmady, A., Koszeghy, L., & Tomay, K. (2006). Belső-Erzsébetváros rehabilitáció. *Tér és Társadalom*, 20(1), 73-92. <https://doi.org/10.17649/TET.20.1.1040>
- Drede, D. (2017). *Overtourism" Old wine in new bottles?* Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/overtourism-old-wine-new-bottles-dianne-dredge>
- Dupeyras, A. & MacCallum, A. (2013). *Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document*. Retrieved from <https://www.oecd.org/cfe/tourism/Indicators%20for%20Measuring%20Competitiveness%20in%20Tourism.pdf>
- Egedy, T. & Smith, M. K. (2016). *Old and New Residential Neighbourhoods as Creative Hubs in Budapest*. Mitteilungen der Österreichischen Geographischen Gesellschaft, 158. 85-108.
- Esen, A., Asik-Dizdar, O. & Maden, C. (2015). Social Innovation as Driver of Regional Competitiveness: A Conceptual Framework. In Carmo Farinha, L. M. (2015). *Handbook of Research on Global Competitive Advantage through Innovation and Entrepreneurship* (pp. 113-126). Hershey: IGI Global.
- Fenyővári, Z. & Lukovics, M. (2011). A regionális versenyképesség és a területi különbségek kölcsönhatásai. *Tér és Társadalom*, 22(2), 1-20. <https://doi.org/10.17649/TET.22.2.1167>
- García, M., Eizaguirre, S. & Pradel, M. (2015). Social innovation and creativity in cities: A socially inclusive governance approach in two peripheral spaces of Barcelona. *City, Culture and Society*, 6(1), 93-100. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2015.07.001>
- Goodwin, H. (2017). The Challenge of Overtourism. Responsible Tourism Partnership Working Paper 4. Retrieved from <http://haroldgoodwin.info/pubs/RTP%27WP4Overtourism01%272017.pdf>
- Have, R. & Rubalcaba, L. (2016). Social Innovation Research: An Emerging Area of Innovation Studies? *Research Policy*, 45(9), 1923-1935. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2016.06.010>
- Hervainé, Sz. Gy. (szerk) (2015). *A 21. századi államiság kérdőjelei*. Székesfehérvár: Kodolányi János Főiskola.
- ITS (2015). *Budapest VII. kerület integrált településfejlesztési stratégia*. Retrieved from [https://erzsebetvaros.hu/download.php?file\\_id=11958](https://erzsebetvaros.hu/download.php?file_id=11958)
- Kelemen-Erdős, A. & Mitev, A. (2017). Tematikus szolgáltatásélmény art- és romkocsmák környezetben. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 2(3), 58-73.
- Klúváncová, T., Brnkaľáková, S., Špaček, M., Slee, B., Nijnik, M., Valero, D., Miller, D., Bryce...Gežik, V. (2018). Understanding social innovation for the well-being of forest-dependent communities: A preliminary theoretical framework. *Forest Policy and Economics*, 97, 163-174. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2018.09.016>
- Kociszky, Gy., Veresné, S. M. & Balaton, K. (2015). Társadalmi innováció mérésének sajátosságai. In „*Mérleg és Kihívások*” IX. Nemzetközi Tudományos Konferencia (pp. 288-302). Miskolc, 2015. október 15-16.
- Kociszky, Gy., Veresné, S. M. & Balaton, K. (2017). A társadalmi innováció vizsgálatának tapasztalatai és fejlesztési lehetőségei. *Vezetéstudomány*, 48(6,7) 15-19. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.06.02>
- Lengyel, I. (2000). A regionális versenyképességről. *Közgazdasági Szemle*, 67(12), 962-987.
- Michalkó, G., Kenesei, Zs. Kiss, K., Kolos, K., Kovács, E., & Pinke-Sziva, I. (2018). Társadalmi innováció a turizmus kontextusában. *Turizmus Bulletin*, 18(1), 45-54.
- Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J.M. (2017). *Overtourism and Tourismphobia: A journey through four decades' of tourism development, planning and local concerns*. Retrieved from <http://explore.tandfonline.com/cfp/pgas/jma03647-rthp-cfp-overtourism-tourismphobia>
- Olt, G. (2017). *Gentrification and commodification of housing in the post-socialist Budapest* (Prezentáció). Budapesti Corvinus Egyetem, 2017. november.
- Palkovits, I. (2000). Szempontok a területi versenyképesség értelmezéséhez. *Tér és Társadalom*, 14(2,3), 119-128. <https://doi.org/10.17649/TET.14.2-3.579>
- Pol, E. & Ville, S. (2009). Social innovation: Buzz word or enduring term? *The Journal of Socio-Economics*, 38(6), 878-885. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2009.02.011>
- Pradel-Miguel, M. (2017). Kiezkulturnetz vs. Kreativquartier: Social innovation and economic development in two neighbourhoods of Berlin. *City, Culture and Society*, 8. 13-19. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2016.05.001>
- Pue, K., Vandergeest, C. & Breznitz, D. (2016). Toward a Theory of Social Innovation. *Innovation Policy Lab White Paper No. 2016-01*. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/286259807\\_White\\_Paper\\_on\\_Social\\_Innovation](https://www.researchgate.net/publication/286259807_White_Paper_on_Social_Innovation)
- Reinhold, S., Laesser, C. & Beritelli, P. (2015). 2014 St. Gallen Consensus on destination management. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(2), 137-142. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.03.006>
- Roberts, M. & Gornostaeva, G. (2007). The Night-Time Economy and Sustainable City Centres: Dilemmas for Local Government. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 2(2), 1-19. <https://doi.org/10.2495/SDP-V2-N2-134-152>
- Roberts, M. (2006). From 'creative city' to 'no-go areas' – The expansion of the night-time economy in British town and city centres. *Cities*, 23(5), 331-338. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2006.05.001>
- Seraphin, H. (2018). Overtourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9(3). 374-376. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.011>

- Shaw, R. (2010). Neoliberal Subjectivities and the Development of the Night-Time Economy in British Cities, *Geography Compass*, 4(7), 893–903. <https://doi.org/10.1111/j.1749-8198.2010.00345.x>
- Smith, M., Egedy, T., Csizmady, A., Jancsik, A., Olt, G., & Michalkó, G. (2018). Non-planning and tourism consumption in Budapest's inner city. *Tourism Geographies*, 20(3), 524-548. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1387809>
- Sziva, I. (2012). Versenyző együttműködés és a turisztikai desztinációk versenyképessége: "Hol volt, hol nem volt...?" *Vezetéstudomány*, 43(5), 52-60.
- Tasnádi, J. (2002). *A turizmus rendszere* (2. bővített kiadás). Budapest: Aula.
- The Young Foundation (2012). *Defining Social Innovation. A deliverable of the project: The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe (TEPSIE)*. European Commission –7th Framework, European Commission, DG Research, Programme, Brussels.
- Turker, D. & Vural, C. (2017). Embedding social innovation process into the institutional context: Voids or supports. *Technological Forecasting & Social Change*, 119, 98–113. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.019>
- Turizmusonline (2017a). *A szemét és kosz tetején kell élnünk*. Retrieved from [http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/a\\_szemet\\_es\\_kosz\\_tetejen\\_kell\\_elnunk](http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/a_szemet_es_kosz_tetejen_kell_elnunk)
- Turizmusonline (2017b). *Szigorítja a bulinegyedben a játékszabályokat az önkormányzat*. Retrieved from [http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/szigoritja\\_a\\_bulinegyedben\\_a\\_jatekszabalyokat\\_az\\_onkormanyzat](http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/szigoritja_a_bulinegyedben_a_jatekszabalyokat_az_onkormanyzat)
- Varga, Á. & Nemes, G. (2015). Társadalmi innováció és társadalmi tanulás a vidékfejlesztésben – sikerek, problémák, dilemmák. In „Mérleg és Kihívások” IX. Nemzetközi Tudományos Konferencia = „Balance and Challenges” IX. International Scientific Conference: *A Gazdaságtudományi Kar megalapításának 25. évfordulója alkalmából* (pp. 434-444). Miskolc: Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar.