

ACTA CAROLUS ROBERTUS

Károly Róbert Főiskola Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar tudományos közleményei
Alapítva: 2011



1 (1)

Főszerkesztő:
Takácsné György Katalin

Felelős szerkesztő:
Csernák József

Szerkesztőbizottság

Bandlerova, Anna – Slovak University of Agriculture in Nitra
Dávid Lóránt – Károly Róbert Főiskola
Dinya László – Károly Róbert Főiskola
Florkowski, Wojciech – University of Georgia
Kozuch, Barbara – Uniwersytetu Jagiellońskiego
Liebmann Lajos – Károly Róbert Főiskola
Magda Róbert – Károly Róbert Főiskola
Noworol, Alexandr – Uniwersytetu Jagiellońskiego
Przygodzka, Renata – Uniwersytetu Jagiellońskiego
Réthy István – Károly Róbert Főiskola
Sadowski, Adam – University of Bialystok
Takács István – Károly Róbert Főiskola
Tamus Antalné – Károly Róbert Főiskola

Szerkesztőség
Károly Róbert Főiskola
3200 Gyöngyös Mátrai u. 36.
Kiadja a Károly Róbert Kutató-Oktató Közhasznú Non-profit Kft.
Jegyzetbolt.

Felelős kiadó
A kar dékánja

ISSN 2062-8269
Megjelent 100 példányban

ELŐSZÓ

(az első számhoz)

A Károly Róbert Főiskola Gazdaság- és Társadalomtudományi Kara kiemelt figyelmet szentel a legjobb képességekkel rendelkező, kutatni vágyó hallgatók tudományos tevékenységének tudatos elindítására, támogatására.

Az intézményben folyó széles körű kutatásokhoz kapcsolódva a témavezető oktatók megismertetik a hallgatókat a tudományos munka végzésének céljával, módjával. Ezt támogatja továbbá a Főiskolán működő szakkollégiumi munka, ahol a hallgatók intézményen kívüli kutatók, szakemberek előadásait hallgatják, megismerkedve új, a tanulmányokat kiszélesítő ismeretekkel. Ez a sajátos munkakapcsolat lehetőséget ad számukra a tudományos élet megismerésére. A hallgatók rendszeresen megjelennek a Főiskola által szervezett tudományos konferenciákon, kutatási workshopokon és részt vesznek azok szervezésében.

Egy-egy kutatási témához, témavezetőhöz köthetően kialakultak tehetséggondozó műhelyek, hozzájárulva a hallgatók tudományos munkája elősegítéséhez, megalapozva annak a lehetőségét, hogy bekapcsolódhatnak az intézményi kutatás-fejlesztési-innovációs láncba.

A Kar Tudományos Diákköri Tanácsa – az Oktatásért Közalapítvány Tehetséggondozói Alkuratóriumának NTP-OKA-XXII-066, „**A felsőoktatási intézmények karain és tanszékein működő, tehetséggondozó műhelyek és a tudományos diákköri tevékenység keretében működő kutatóműhelyek támogatása**” címen elnyert pályázata keretében indítjuk útjára az Acta Karolus Robertus tudományos közleményeket, lehetőséget biztosítva a tehetséges hallgatók és konzulenseik részére közös publikáció megjelentetésére, munkájuk nagyobb nyilvánosság elé tárására.

A szerkesztők

TARTALOMJEGYZÉK

Agárdi Éva - Téglá Zsolt Foglalkoztatás a „Zöld” zöldség-hajtató modellgazdaságokban	7
Bakos Izabella - Tamus Antalné Magyar vs. román élelmiszerfogyasztás szekunder adatok tükrében.....	19
Csernák József - Ficzeréné Nagymihály Kornélia - Zörög Zoltán A méretgazdaságosság vizsgálata Heves megye egyes mezőgazdasági kisvállalkozásainak példáján keresztül.....	33
Györfi Katalin - Szabó-Hevér Judit - Király Zsolt - Tamus Antalné Magyarországi középvárosok imázs vizsgálata	43
Kálmán Zsuzsanna - Zakár Tivadar A Károly Róbert Befektetési csoport portfóliójában megjelenő kockázat.....	53
Kisari Krisztián - Töröcsvári Zsolt Egy vállalat napi információs rendszerének fejlesztése	61
Kispál Gabriella - Liebmann Lajos A csongrádi szőlőtermelők gazdasági helyzete.....	69
Kis Nikoletta - Dávid Lóránt Az akadálymentesítés gyakorlata a tamásiban megvalósuló ability projekt példáján	81
Mihály László - Miller György A közúti áruszállítás károsanyag-kibocsátásának csökkentési lehetőségei a járműgyártó szemszögéből	91
Nagy Imre - Takács István A vendéglátás válasza a gazdasági válságra.....	103
Úr Norbert - Takácsné György Katalin - Tamus Antalné A magyarországi járőrácspiac környezeti elemzése és szervezeti piaci jellegzetességei.....	117
Varga Nikoletta - Molnár Csilla Wellness profilok a magyar és az osztrák szállodaiparban	127
Szerzők jegyzéke.....	139

FOGLALKOZTATÁS A „ZÖLD” ZÖLDSÉGHAJTATÓ MODELLGAZDASÁGOKBAN

AGÁRDI ÉVA
TÉGLA ZSOLT

Összefoglalás

A tanulmányunkban két olyan területtel foglalkoztunk, amelyek manapság nagyon meghatározó szerepet töltenek be a gazdasági életben. Az egyik a megújuló energiaforrások használata, a másik a foglalkoztatás növelése.

Magyarország természeti adottságainak megfelelően kidolgoztunk olyan fűtési rendszerrel ellátott zöldségghajtató modellszektárokat, amelyek lehetővé teszik a megújuló energiaforrások hatékony kihasználását.

A kialakított modellszektároknál költségelméletet végeztünk, amelyben bemutattuk, hogy melyik az a modell, amely a legszektárosabban üzemeltethető az adott viszonyok és lehetőségek mellett.

A megújuló energiaforrásokra épülő beruházásoknak van potenciálja, ami beindíthatja, illetve megalapozhatja a fenntartható fejlődést. Ennek érdekében a kitűzött cél az, hogy a beruházások fenntarthatóak legyenek lokálisan, valamint erősítsék a helyi humán erőforrások felhasználását.

Kulcsszavak:

megújuló energia, emberi erőforrás, faapríték, érzékenységvizsgálat

Abstract

The thesis dealt with two of the area, which is nowadays a very dominant role in economic life. One of them is the use of renewable energy sources, the other one is how to increase employment.

We were constructing a vegetable – forcing model farm’s heating system in accordance with the natural environment of Hungary. This system allows the efficient use of renewable energy sources. We did a cost analysis, in which we demonstrated that, which model is the most economical to operate under the given conditions and opportunities.

The investments, based on renewable energy sources, have potential, that helps for the sustainable development. To this end, the aim is that the investments are sustained locally, and to reinforce the use of local human resources.

Keywords:

renewable energy, human resources, wood chips, sensitivity analysis

Bevezetés

Magyarország számtalan megújuló energiaforrással rendelkezik. A hasznosítatlan, jelenleg parlagon hagyott területek részaránya az utóbbi években jelentősen megnőtt, aminek hasznosítása eddig még nem megoldott. Fontos lenne, hogy ezek a természeti erőforrások kihasználása komparatív előnnyé váljanak hazánkban.

A faapríték fűtésre alapozott talaj nélküli zöldség-hajtás kiemelkedő lehetőség arra, hogy a zöld energia felhasználásával egész évben folyamatos foglalkoztatást biztosítson.

A célkitűzéseink a következők voltak:

Létrehozzunk olyan zöldség-hajtató üzemeket, amelyek fás szárú energia ültetvényről származó faapríték fűtéssel rendelkeznek. Ezeknek a modellgazdaságoknak kidolgoztuk a fűtés beruházási költségét és a folyamatos működtetésükhöz szükséges alapanyag szükségletet. Az alapvető célunk az volt, hogy a saját előállítású faaprítékkal jelentős mértékben csökkentsük a növényházak fűtési költségét.

A zöldség-hajtató modelleket 0,5; 1,5 és 3 hektáros üzemméretben vizsgáltuk. A technológiai költségek és a piacon realizálható árbevételek függvényében üzemi eredmények kerültek meghatározásra.

A zöldség-hajtató modellgazdaságokban foglalkoztatható munkaerő létszámát és annak költségét figyelembe véve vizsgáltuk az üzemi eredmények alakulását. A foglalkoztatás hatékonyságát mutatószámok segítségével értékeltük.

Anyag és módszer

A kutatómunkánkban egy olyan globális és mindenkit érintő problémával szeretnénk foglalkozni, mint a foglalkoztatás kérdése. Egy olyan területet választottunk, mely mindkettőnkhez nagyon közel áll, és ez a zöldség-hajtás. Úgy gondoljuk, hogy ez a terület lehet az, amely képes lehet magas létszámban munkavállalókat foglalkoztatni. Ezzel is elősegítve a magyar gazdaság kifehérítését. Bács – Kiskun megye Magyarország elmaradott régiói közé tartozik, ahol igen magas a munkanélküliek száma illetve nagyon sokan mezőgazdasági tevékenységből igyekeznek megélni.

A kutatásainkat leginkább a lakóhelyeinkhez (Szentés, Kunszállás) közeli gyakoroló gazdákkal folytatott kötetlen beszélgetések alapozták meg.

Létrehoztunk olyan elméleti zöldség-hajtató gazdaságokat, amelyekben TV paprikát, paradicsomot, kígyó uborkát termelnek. (Ezek a felsorolt növények magyarországi viszonylatban az összes hajtató zöldség termelési értéknek

70%-át adják.) Három különböző üzemméretet határoztunk meg: 0,5 hektár, 1,5 hektár, 3,0 hektár.

Pótlólagos beruházás a hidrokulturás növényházakban

Az üzemekben szénrel és faaprítékkal történő fűtésrendszert alkalmaztak, de mára a szén ára, mint primer energiahordozó igen megnövekedett, illetve a nem megújuló energiaforrások közé tartozik. A célunk egy olyan fűtésrendszer felállítása, amely környezetbarát és megújuló energiaforrással működik. A növényház fűtőelemeként a faaprítékot választottunk. Így alapozható meg a „zöld” zöldség-hajtató gazdaság.

Ezt a pótlólagos beruházást mindhárom üzemméret esetében – a reális kép kialakítása érdekében – kivitelező cégeket kerestünk fel, és így alakítottuk ki a megfelelő költségeket.

Termelési költségek

A termelési költségek két összetevőből épülnek fel:

- az energia ültetvény termelési költségei,
- a zöldségnövény termelési költségei.

1. táblázat Az energia ültetvény előállításának költségei a különböző üzemméreteknél

Üzemméret	Szükséges faapríték mennyisége (atrotonna/év/ha)	Szükséges terület (ha)	Teljes termelési költség (E Ft)	Az adott üzemméret fűtési költsége (E Ft/év)
0,5 ha	500	62,5	84 175	7 014,58
1,5 ha	1 500	187,5	252 525	21 043,75
3,0 ha	3 000	375,0	505 050	42 087,50

Forrás: Saját számítás 2011.

A szükséges terület úgy határozható meg, hogy egy hektár növényház felfűtéséhez 1000 atrotonna faapríték szükséges. Az energia ültetvényekről két évente minimum 16 atrotonna faapríték keletkezik. Ennek a függvényében számolható ki, hogy az adott üzemmérethez mekkora területre van szükség.

A zöldségajtató modellek termelési költsége

A felállított három üzemméret csak paprikát, csak paradicsomot és csak kígyó uborkát helyeztünk el. Ezen zöldségnövények termelési költségeit határoztuk meg az üzemméret függvényében. A költségeket felosztottuk anyagi jellegű költségekre, személyi jellegű költségekre, egyéb költségek és az amortizációra.

A foglalkoztatás

A modellgazdaságokban kiemelkedő szerepet tölt be a munkaerő. Ez a tevékenység igen munkaigényes folyamat. Egy átlagos munkás egy évben 1250 m² ápolási, betakarítási és áru-előkészítési munkát képes ellátni gyakorló szakemberek véleménye szerint. A következő táblázatban összefoglaltuk, hogy az általunk vizsgált üzemméretekből hogyan alakul a munkaerő létszáma közép hosszú kultúras növénytermesztés esetében.

2. táblázat A foglalkoztatott munkaerő létszámának alakulása az üzemméretekből

	Üzemméret		
	0,5 ha	1,5 ha	3,0 ha
Termelésben dolgozók (fő)	3	12	24
Üzemvezetők (fő)	-	1	1
Összes foglalkoztatott (fő)	3	13	25

Forrás: TÉGLA 2009 alapján saját számítás 2011.

A foglalkoztatott létszám meghatározásánál leginkább a gyakorlatot vettük figyelembe. A különböző üzemméretekből is meghatároztuk azt a létszámot, amellyel megfelelően el tudják látni az adott teendőket. A kiindulási pontot az otthoni és közeli környezetünkben lévő zöldségajtató gazdaságok adták, hogy ott mennyi fővel végzik el a termelő feladatokat. A fél hektáros üzemméret esetében a létszámot úgy kalkuláltunk, hogy magát a tulajdonost is a termelésben résztvevők között tüntettük fel. Úgy gondoljuk, hogy ez az üzem ahhoz kicsi, hogy egy üzemvezető bérét és járulékait is ki tudja termelni. A fél hektáron való gazdálkodás leginkább jövedelem kiegészítő tevékenység lehet a jelenlegi gazdasági viszonyok mellett.

A következő két üzemméret esetében a termelésben 12 fő és 24 fő munkással és egy-egy fő üzemvezetővel számoltunk. Ezeknél az üzemméreteknél lehetőség nyílik arra, hogy egy üzemvezető bére is megtermelődjön. Továbbá

a foglalkoztatotti létszámból pedig következik, hogy a hatékony munkavégzés céljából szükség van vezetőkre.

Eredmények

A foglalkoztatás számszerűsítése érdekében különböző mutatószámokat alakítottunk és az érzékenységvizsgálatot alkalmaztunk. Az elemzéseink során azt vizsgáltuk, hogy hogyan alakul és milyen hatást gyakorol a meghatározott tényezők az általunk felállított üzemgazdaságokban. Az intenzív zöldségajtatás munkaerő szükségletének és üzemi eredményének ismeretében a következő mutatószámokat számoltuk ki:

- üzemi eredmények alakulása a modellekben,
- 100 Ft bére jutó üzemi eredmény meghatározása,
- 1 foglalkoztatottra jutó átlagos éves üzemi eredmény meghatározása,
- a kialakított modellszámokban hogyan alakul a bérhatékonyság,
- a modellekben a munka – jövedelmezőségi mutató meghatározása.

3. táblázat **Üzemi eredmények alakulása zöldségajtatásban különböző üzemméretek esetén**

(ezer Ft)

Megnevezés	0,5 ha	1,5 ha	3,0 ha
Talaj nélküli paprikahajtatás üzemi eredménye	1 000	24 497	75 618
Talaj nélküli paradicsomhajtatás üzemi eredménye	2 931	30 290	87 205
Talaj nélküli uborkahajtatás üzemi eredménye	877	24 126	74 877

Képlete: $\text{Termelésiérték} - \text{termelési költség} = \text{üzemieredmény}$

Forrás: Saját számítás 2011.

Az üzemi eredményt úgy határoztuk meg, hogy a zöldségnövények értékesítéséből származó árbevétel a teljes termelési költség különbségét vettük.

Az üzemméretek növekedésével egyértelműen látszik, hogy a különböző zöldségnövények függvényében az üzemi eredmény jelentősen növekszik. Ennek következtében megalapozható az a feltételezés, hogy ezek az üzemek képesek magas létszámban foglalkoztatni és jövedelmezőek is.

4. táblázat **100 Ft bérre jutó üzemi eredmény alakulása a talaj nélküli zöldségajtatásban**

(Ft)

Zöldségajnövények	Üzemméretek		
	0,5 ha	1,5 ha	3,0 ha
Talaj nélküli paprikahajtatás üzemi eredménye	27	145	237
Talaj nélküli paradicsomhajtatás üzemi eredménye	79	179	274
Talaj nélküli uborkahajtatás üzemi eredménye	23	143	235

Képlete:
$$\frac{\text{üzemi eredmény} * 100}{\text{bérek összesen}}$$

Forrás: Saját számítás 2011.

A 100 Ft bérre jutó üzemi eredmény mutatónál megfigyelhető, hogy az üzemméret növekedésével a mutató értéke jelentősen magasabb. Az általunk vizsgált legkisebb és legnagyobb üzemméret tekintetében legjelentősebb üzemi eredmény növekmény a kígyó uborkánál tapasztalható, 23 Ft-ról 235 Ft-ra nőtt, ez megközelítőleg 10 –szeres növekedés. A paprikánál 9 -szeres, míg a paradicsomnál ez az érték 3,5-szeres lett.

5. táblázat **Egy foglalkoztatottra jutó átlagos üzemi eredmény alakulása a talaj nélküli zöldségajtatásban**

(ezer Ft)

Zöldségajnövények	Üzemméretek		
	0,5 ha	1,5 ha	3,0 ha
Talaj nélküli paprikahajtatás üzemi eredménye	333	1 884	3 025
Talaj nélküli paradicsomhajtatás üzemi eredménye	977	2 330	3 488
Talaj nélküli uborkahajtatás üzemi eredménye	292	1 856	2 995

Képlete:
$$\frac{\text{üzemi eredmény}}{\text{foglalkoztatottak létszáma}}$$

Forrás: Saját számítás 2011.

Az egy fő foglalkoztatottra jutó átlagos üzemi eredmény mutatónál is hasonlóan az előbbi mutatókhoz, itt is szembetűnő, hogy az üzemméret növekedésével zöldségajnövényenként kedvezőbb eredmények követik egymást. A paradicsom termesztésénél megfigyelhető, hogy mindhárom üzemméret esetében a lehető legnagyobb egy főre jutó üzemi eredményt produkálja. A legkiugróbb értéket a 0,5 hektáros modell esetében, ahol 977.000 Ft jut egy fő foglalkoztatottra, míg a másik két zöldségajnövény esetében ez az érték csak a harmada vagy még annál is kevesebb.

6. táblázat **Bérhatékonyság a talaj nélküli zöldségajtató modellüzemekben**

Zöldségnövény	Üzemméret		
	0,5ha	1,5 ha	3,0 ha
Paprika	12,37	6,92	6,51
Paradicsom	12,40	6,93	6,53
Kígyó uborka	12,29	6,86	6,46

Képlete: $\frac{\text{nettó termelési költség}}{\text{összes bérköltség}}$

Forrás: Saját számítás 2011.

Megfigyelhető, hogy a fél hektáros modellekben a bérköltség markánsabban megjelenik, mint a másik két üzemméretű modellekben. A bérhatékonyság mutató értékei az azonos méretű modellek esetében az eltérés nem számottevő, elhanyagolható mértékű. Az üzemméret növekedésével ennél a mutatónál is egyre jobb eredményeket kaptunk.

7. táblázat **Munka-jövedelmezőségi mutató a talaj nélküli zöldségajtató modellekben**

(E Ft/ÉME)

Zöldségnövény	Üzemméret		
	0,5 ha	1,5 ha	3,0 ha
Paprika	2,15	18,83	48,85
Paradicsom	3,03	21,46	54,12
Kígyó uborka	2,10	18,66	48,52

Képlete: $\frac{\text{üzemi eredmény} + \text{személyi jövedelmek}}{\text{éves munkaerő egység}}$

Forrás: Saját számítás 2011.

A munka – jövedelmezőségi mutató úgy számolható ki, hogy az üzemi eredményt és a személyi jövedelmek (munkabér) összegét elosztjuk az éves munkaerő egységgel. Az éves munkaerő egység (ÉME) a munkateljesítmény mértékegysége; egy teljes munkaidőben foglalkoztatott, koránál és egészségi állapotánál fogva teljes értékű munkavégzésre alkalmas dolgozó éves munkaidő – teljesítménye, munkaórában. A kalkulációnk során 2200 munkaórával számoltunk.

Megfigyelhető, hogy fél hektáros méretről a másfél hektáros méretre történő változás esetében az éves munkaerő egységre eső jövedelem markánsan megnőtt. Itt tapasztalható a legintenzívebb változás, majd ezt követően folyamatos növekedés látható. Itt is igazolódni látszik, hogy az üzemméret

növelésével több jövedelem realizálható. Megteremtődik az a jövedelem, amelyből a foglalkoztatottak bérét ki tudjuk fizetni.

A jövőbeli foglalkoztatás a talaj nélküli zöldséghajtató modellgazdaságokban

A modelljeink felépítésénél a 2011-es viszonyokat vettünk figyelembe, de az utóbbi időkből tapasztalható volt, hogy nagyon gyorsan megváltoznak a gazdasági körülmények. Ebben a részben a felállított modelljeink kockázatviselő – képességét fogjuk megvizsgálni. Lényegesnek tartjuk, hogy a számszerűsített modelljeink hatékonysága mellett folyamatosan jövedelemtermelő és fenntartható legyen. A cél az, hogy hosszú távon is biztosítsa a dolgozói számára azt a jövedelemforrást, amiből a magukat és családjukat is fent tudják tartani. Ezt az elemzést az érzékenységi vizsgálattal végeztük el.

A másfél - és három hektáros üzemek megfelelnek annak a kritériumnak, hogy változó környezeti viszonyok mellett is pozitív jövedelmet produkálnak. Hosszú távon biztosítani tudják a felmerülő költségekre a fedezetet, és így a munkabér és járulékai, illetve a vállalkozói jövedelem megteremtődik.

A 100 Ft munkabérré jutó üzemi eredményt is megvizsgáltuk, hogyan változik az árbevétel és a költség függvényében. Az elemzéseinkkel azt szeretnénk szemléltetni, hogy hogyan befolyásolja a foglalkoztatottak bére az üzemi eredményt. A vizsgálat során arra a kérdésre is választ kapunk, hogy mennyi üzemi eredményt kockáztat a vállalkozó, ha 100 Ft munkabért kifizet az alkalmazottjának. A fél hektáros üzemméretek esetében a költségek növekedése és az árbevétel csökkenése sok helyen okoz negatív előjelet. A másfél hektáros modellek vizsgálatakor az uborka és a paprika hajtásánál csak a legkedvezőtlenebb pozícióban váltott negatív előjelre az üzemi eredmény. A három hektáros modellek elemzésekor minden cellában pozitív értéket kaptunk.

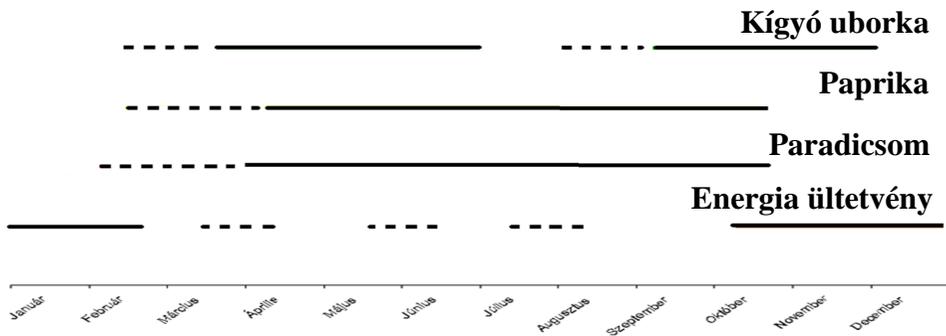
Ezek az üzemek azok, amelyek a leginkább kockázatviselők.

A következő ábrán (1. ábra) szemléltetjük, hogy hogyan valósul meg a 12 hónapon keresztül a foglalkoztatás. A zöldségnövényeknél akkor jelentkezik a nagyobb munkatömeg, amikor az energiaültetvényeknél csak kisebb teendőket kell ellátni. Így tökéletesen elvégezhető a megfelelő időben minden munkafolyamat. Az ábrán jól látható, hogy bármelyik zöldségnövényrel is töltjük a fel a növényházat az energia ültetvény munkafolyamataival összeegyeztethetővé válik.

Az 1. ábrát következőképpen kell értelmezni:

- A zöldségnövények esetében:
 - a szaggatott vonal: előkészületi időszakot jelenti,
 - a folytonos vonal: a termelést jeleníti meg.
- Energia ültetvény esetében
 - a szaggatott vonal: kisebb munkák (sorközápolás), illetve kevesebb létszámmal is megoldható műveletek, folytonos vonal: a folyamatos munkát igénylő műveletek (aratás).

1. ábra. **A zöldségnövények és az energia ültetvény gondozásának időbeli megoszlása**



Forrás: Sajat szerkesztés 2011.

Következtetések

A tanulmányunkban megalkottunk olyan „zöld” zöldség-hajtató gazdaságokat, amelyek az elemzések során életképesnek bizonyultak. A zöld jelzőt joggal viselheti, mivel olyan korszerű technológiával rendelkeznek ezek az üzemek, amik a mai kor követelményeinek tökéletesen megfelelnek. Az általunk bemutatott rendszer olyan megújuló energiaforrásra épül, aminek a használata a későbbiek során még inkább felértékelődik, mivel a fosszilis energiahordozók a szakember szerint már csak megközelítőleg 50 évig lesz elegendő, ha energiateljesítményből a mai tendenciát követjük.

Úgy gondoljuk, hogy a megújuló erőforrásokra alapozott zöldség-hajtás olyan irányban történő elmozdulást jelent az ország számára, amely elősegíti a környezetvédelmet, javítják a foglalkoztatási arányokat, illetve csökkenthetik az ország importfüggőségét.

Az energia ültetvények termelési költségeinek meghatározásánál nagyon óvatos becsléssel számoltunk. Gyakorlati példák igazolják, hogy a 17 aranykorona alatti területeken 8 atotonnánál jóval nagyobb mennyiséget is megtermelődik. Ha nagyobb mennyiséget tudunk előállítani, akkor a

többletet értékesíteni lehet, amire úgy gondoljuk, hogy van fizetőképes kereslet. Véleményünk szerint csak is az olyan területeken történjen fás szárú energiaültetvény telepítése, ahol a szántóföldi gazdálkodás már nem rentábilis vagy jelenleg parlagon hagyott terület.

A termelési költségek másik meghatározó költségeleme a munkabér és ahhoz kapcsolódó adóterhek. A számításaink alapján elmondható, hogy zöldségajtatás nagyon munkaigényes folyamat és emiatt magas létszámú munkaerőre van szükség. A meggyőződésünk szerint a nagyobb üzemméretek esetében ezek a költségek fedezete biztosított. Az érzékenységi vizsgálatok jól tükrözték, hogy változó környezetben is fenntarthatóak és életképesek lehetnek.

A termelési mennyiségek felvázolásánál a családi gazdaságban megtermelt hozamokat jelenítettük meg. Meglátásunk szerint ezeknél a hozamoknál más gazdaságok bizonyára nagyobb termés hozamot is elő tudnak állítani. Ezáltal kiszolgálói lehetnek nagy üzletláncoknak, szupermarketeknek, akik folyamatos felvásárolói lesznek és a polcaikon elérhetővé válik a magyar lakosság számára a hazai, jó minőségű zöldség.

A talaj nélküli zöldségajtatás kimagasló foglalkoztatási lehetőséget kínál, és folyamatos foglalkoztatást tesz lehetővé. A gyakorlati tapasztalatok alapján egy átlagos „szorgalmas munkás” képes ezzel a termesztéssel kapcsolatos teendőket ellátni. A zöldségajtatás nem igényel jelentős szakmai tudást, könnyen elsajátítható. Az számolt mutatók is kifejezik, hogy az üzemméret növelése esetén a konstrukcióban és hasznosításban megfigyelhető a mutatószámok értékének növekedése. Azonban eltérések tapasztalhatóak növekedés ütemében. Az egységnyi (100 Ft) bérre, valamint az egy foglalkoztatottra jutó üzemi eredmények vizsgálata során is kedvező értékeket kaptunk.

A fél hektáros üzemméreten történő termesztést nem javasoljuk, mert úgy látjuk a vizsgálataink alapján, hogy ez az a konstrukció önmagában nem, de jövedelem kiegészítő tevékenységként funkcionálhat.

A másfél hektáros üzemméret már alkalmasabb hosszú távon, mivel csak néhány esetben kaptunk kedvezőtlen értéket. A foglalkoztatás szempontjából is elmondható, hogy magasabb létszámban tud munkavállalókat foglalkoztatni. Az érzékenység vizsgálat során arra a következtetésre jutottunk, hogy a környezeti változásokra kevésbé tud jól reagálni, mint a 3 hektáros üzem.

A három hektáros modell a legmegfelelőbb hosszú távon, mivel képes fedezni a felmerülő költségeket és emellett jövedelmező is. Ezt az üzemméretet működtető vállalkozás lehet az, amelyik a szupermarketek beszállító között szerepelhetnek, mivel megfelelő mennyiségű termékeket tud előállítani és szállítani. Ezt az üzemenagyságot tartjuk a legideálisabbnak az

általunk vizsgáltak közül, mert az előállított termék jellemzői révén magas terület- és árbevétel arányos jövedelem elérését teszi lehetővé.

Úgy gondoljuk, hogy Magyarországon ez az intenzív zöldségajtatás bárhova adaptálható, lehetőséget biztosítva az egész évben folyamatos foglalkoztatásra, és a zöldség importfüggőségünk csökkentésére. Véleményünk szerint az lokális élelmiszeripari és mezőgazdasági foglalkoztatás a következő évtizedekben fel fog értékelődni, amelyben nagy szerepe lehet az intenzív zöldségajtatásnak.

Hivatkozott források:

- [1.] Bai A. - Lakmer Z. - Marosvölgyi B. - Nábrádi A. (2002) A biomassza felhasználása, Szaktudás Kiadó Ház., p 236
- [2.] Hirling B. (2002) Rural development and bioenergy – experiences from 20 years of development in Sweden - Biomass and Bioenergy 23 p. 443-451
- [3.] Kohlheb N.- Pataki Gy - Porteleki A. - Szabó B. (2009) A megújuló energiaforrások foglalkoztatási hatásának meghatározása Magyarországon, Negyedik, átdolgozott változat, Készítette: ESSRG Kft. Budapest, 2009. október - 2010 április Letöltve:2010. február 24.
- [4.] Lukács S. (2007) Zöld energia kézikönyv Szaktudás Kiadó Ház, Budapest 214p
- [5.] Magda S. (2010) Mezőgazdaság –Vidék – Foglalkoztatás Szociális Zöldenergia Program Konferencia. Károly Róbert Főiskola 2010. december 2.
- [6.] Online:
http://www.eh.gov.hu/gcpdocs/201006/meh_tarsadalmi_hasznossag_essrg.pdf
- [7.] Téglá Z. (2009) A zöldségajtatás méretökonomiai kérdései PhD doktori értekezés pp186
- [8.] Terbe I. - Slezák K. (2008) Talaj nélküli zöldségajtatás Mezőgazda Kiadó pp 372.

Szerzők:

Agárdi Éva

Vállalkozásfejlesztés MA szak

agardi.eva86@gmail.com

Dr. Téglá Zsolt, PhD

Főiskolai docens

Károly Róbert Főiskola

Vállalatgazdaság tanszék

zstegla@karolyrobert.hu

MAGYAR VS. ROMÁN ÉLELMISZERFOGYASZTÁS SZEKUNDER ADATOK TÜKRÉBEN

BAKOS IZABELLA
TAMUS ANTALNÉ

Összefoglalás

Szekunder kutatásunk keretében a magyar és román élelmiszerfogyasztás jelenlegi és várható tendenciáinak a feltárására törekedtünk. Korrelációs vizsgálatunk eredményei szerint az élelmiszerárak alig, a reáljövedelmek viszont nagymértékben meghatározzák az alapvető élelmiszerek keresletét mind a hazai, mind pedig a román fogyasztók körében. A román élelmiszerfogyasztást a reáljövedelmek mellett a tradicionális vallási és gasztronómiai hagyományok is jelentősen befolyásolják. Trendszámításunk eredményei alapján, Magyarországon a gyümölcs- és burgonyafogyasztás, Romániában pedig a hús- és tejtermékfogyasztás mennyiségi növekedésére lehet számítani. Összességében megállapítható, hogy a magyar és román táplálkozás nem túl egészséges, mivel a napi tápanyagbevitel jóval az ajánlott szint felett van mindkét országban.

Kulcsszavak

Alapvető élelmiszerek, táplálkozási trendek, korrelációs vizsgálat, piaci lehetőségek.

Abstract

Within the frame of our secondary research we were pursuing to explore the actual and expected tendency of the Hungarian and Romanian food consuming. Based on our correlation analysis we determined that the food prices have less impact on the basic food demand but especially the real income influences the needs both of the Hungarian and Romanian customers. Besides the real income the Romanian food consuming is strongly affected by the religious and gastronomic traditions. As of the results of our study an increase of the fruit and potato consuming in Hungary and the meat and milk consuming in Romania is to be expected. Overall, the diet is unhealthy in Hungary as well as in Romania as the daily nutriment intake is much below of the recommended quantity in both countries.

Key words

Basic foods, nutritional trends, correlational analysis, market opportunities.

Bevezetés

Magyarország a természeti és gazdaságföldrajzi adottságainak köszönhetően a belföldi igények kielégítésére szolgáló élelmiszeripari termelés mellett évszázadok óta tudatos, export célú termelést is folytat (HAJDU, 1990). A magyar mezőgazdasági termékek fontos exportpiaca Románia, 2010-ben az exportált magyar élelmiszerek 13,6 %-a (213,9 milliárd Ft értékben) került a román piacra. Elsősorban élő sertés, tojás, napraforgómag olaj, cukor, zöldség- és gyümölcskészítmény, ital, jelentős sertés- és baromfi hús, tej, búza és kukorica került kivitelre (KSH, 2011).

Szekunder kutatásunk fő célja a magyar és román élelmiszerfogyasztói szokások összehasonlító vizsgálata, melyre vonatkozóan az alábbi részcélokat tűztük ki:

- a magyar és román lakosság élelmiszerfogyasztásának idősoros elemzése, trendek feltárása, prognózisok készítése,
- az életszínvonal, az élelmiszerárak és az élelmiszerfogyasztás összefüggéseinek vizsgálata,
- a magyar élelmiszerek piaci lehetőségeinek feltérképezése Romániában.

Anyag és módszer

A magyar és román élelmiszerfogyasztással kapcsolatos statisztikai idősorokat felhasználva *trendanalízist* és *összefüggés-vizsgálatokat* végeztünk. A magyar idősorok az 1960-as évektől 2008-ig, a román statisztikák pedig az 1990-es évektől 2009-ig szolgáltattak adatokkal. Mivel hosszabb statisztikai sorokat vizsgálva, jobban kirajzolódik az idősorban tartósan érvényesülő alapirányzat, ezért a trendszámítás során Magyarországnál az 1960-2008-as, Romániánál pedig az 1990-2009-es időszakot elemeztük.

A lineáris korrelációs együttható segítségével megállapítottuk az élelmiszerárak, a reáljövedelmek és az élelmiszerfogyasztás közötti összefüggéseket. A korrelációs együttható megmutatja a két változó közötti kapcsolat szorosságát (0,25-0,50-kapcsolat gyenge; 0,50-0,75-kapcsolat közepes erősségű; 0,75-1-kapcsolat erős).

A *viszonyszámok* alkalmazásával elemeztük, hogy milyen százalékos változások figyelhetők meg az egy főre jutó évi élelmiszerfogyasztás alakulásában egyik évről a másikra.

Az összehasonlító vizsgálatot nehezítette a román és magyar statisztikák gyakran eltérő módszertana és tartalmi felépítése.

Kutatási eredmények

Demográfiai és gazdasági viszonyok

Az 1. táblázatban a két ország összehasonlítása látható néhány fontosabb mutató alapján. Magyarország az alacsonyabb népességszám és a magasabb munkanélküliségi ráta ellenére gazdaságilag fejlettebbnek mondható, mint Románia. 2010-ben a magyar egy főre jutó GDP (vásárlóerő paritás alapján) 77%-al, a minimálbér pedig 2011-ben 123,43 euróval haladta meg a román adatokat. A lakosság egészségi állapotát tükröző születéskor várható átlagos élettartam és a halálozások aránya megközelítőleg megegyezik a két országban, viszont jóval elmaradnak az EU-s átlagtól.

Világbank besorolása alapján Románia és Magyarország az alacsony/közepes jövedelemkategóriájú országok közé tartozik (LEHOTA 2001).

1. táblázat Magyarország és Románia összehasonlítása néhány fontosabb mutató alapján

Év	Mutatók	Románia	Magyarország	EU-27
2009	Népesség (millió fő)	21,48	10,02	
2009	Halálozások aránya (ezer lakosra)	12,0	13,0	9,7
2008	Nők születéskor várható átlagos élettartama (év)	77,2	78,3	82,2 (2007)
	Férfiak születéskor várható átlagos élettartama (év)	69,7	70,0	76,1 (2007)
2010	Egy főre jutó GDP, vásárlóerő-paritás alapján (USD millió)	11860	21036	31254 (2009)
2009	Munkanélküliségi ráta (%)	7,2	10,1	9,0
2011	Minimálbér (euró)	157,2	280,63	

Forrás

http://portal.ksh.hu/portal/page?_pageid=37,599237&_dad=portal&_schema=PORTAL,http://www.google.com/publicdata?ds=z3ennpo156rm1e&met=minimum_wage&idim=eu_country:RO&dl=hu&hl=hu&q=minim%C3%A1lb%C3%A9r+rom%C3%A1nia alapján

Magyar vs. román ételmiszerfogyasztás trendjei

Az 2. táblázatban az alapvető ételmiszerek (hús, tej, tojás, zsiradékok, cereáliák, burgonya, zöldség és gyümölcs, cukor és méz) fogyasztásában bekövetkező mennyiségi változásokat szemléltetjük. A 3. táblázat pedig a magyar és román ételmiszerfogyasztás szerkezeti összetételét, az egyes ételmiszertípusok részarányát mutatja adott ételmiszerkategórián belül.

2. táblázat Az egy főre jutó élelmiszer-fogyasztás alakulása Magyarországon és Romániában

Megnevezés		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2004-2008 átlaga
		Előző év=100 %						
Hústermékek, kg	RO	65,5	68,3	69,9	66	65,8	67	67,1
	HU	60,9	63,5	65,9	63,2	61,5		63,0
Index (%)	RO	108,62	104,27	102,34	94,42	99,7	101,82	
	HU	88,78	104,27	103,78	95,9	97,31		
Tej és tejtermékek, kg	RO	246,07	246,38	254	260,38	262,34	240,2	253,83
	HU	155,2	166,8	163,1	163,5	158,2		161,36
Index (%)	RO	106,18	100,13	103,09	102,51	100,75	91,56	
	HU	112,22	107,47	97,78	100,25	96,76		
Tojás, kg	RO	16,06	15,78	15,39	14,89	14,83	13,5	15,39
	HU	16,7	16	15,6	15,4	14,9		15,72
Index (%)	RO	120,93	98,26	97,53	96,75	99,6	91,03	
	HU	101,21	95,81	97,5	98,72	96,75		
Zsiradékok, kg	RO	14,5	16,3	17,4	15,4	16,1	18,4	15,94
	HU	36	36,5	37,7	37,4	36,8		36,88
Index (%)	RO	93,55	112,41	106,75	88,51	104,55	114,29	
	HU	91,84	101,39	103,29	99,2	98,4		
Liszt és rizs, *kukoricaliszt, kg	RO*	166,2	162,6	157,3	156	154,1	151,7	159,24
	HU	89,4	97,3	92	88,3	88,9		91,18
Index (%)	RO	102,47	97,83	96,74	99,17	98,78	98,44	
	HU	101,25	108,84	94,55	95,98	100,68		
Burgonya, kg	RO	97,9	98	97,4	96,1	99,5	93,1	97,78
	HU	68	66,8	61,8	59,7	65,5		64,36
Index (%)	RO	102,62	100,1	99,39	98,67	103,54	93,57	
	HU	105,43	98,24	92,51	96,6	109,72		
Cukor és méz, kg	RO	25,6	27,4	29	24,9	23,2	25,8	26,02
	HU	33,2	31,6	32,5	31,4	32,1		32,16
Index (%)	RO	105,35	107,03	105,84	85,86	93,17	111,21	
	HU	100	95,18	102,85	96,62	102,23		
Zöldség, gyümölcs, kg	RO	260,7	238,5	264,9	231,9	242,7	230,5	247,74
	HU	211,4	194,8	210,6	194,1	208,9		203,96
Index (%)	RO	109,86	91,48	111,07	87,54	104,66	94,97	
	HU	105,44	92,15	108,11	92,17	107,62		

Forrás: <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xtabla/elelmfogy/elm15.html>, www.insse.ro alapján, saját számítás

Az egy főre jutó román *húsfogyasztás* 2004-2008 között átlagosan 4,1 kg-mal volt több a magyarnál. 2008-ban Magyarországon a húsfogyasztás legnagyobb hányadát (46%) a baromfihús tette ki, megelőzve a sertéshúsfogyasztást 4%-al. Az alacsony reálárak ellenére a sertéshúsfogyasztás csökkenésének okai közül „...kiemelendő a fogyasztói

ízlés változása, eltolódása más termékek irányába, illetve a baromfihúsféleségek előtérbe kerülése, a piacvezető pozíció megszerzése az egészségesség propagálásával. A fogyasztás csökkenésének másik oka az a tény, hogy a sertéshús a fogyasztók szemszögéből egy egészségtelebb, zsírosabb, nehezebben elkészíthető húsféleség, mint a baromfihús” (BALOGH 2010). A statisztikák alapján 2009-ben a legkedveltebb húsfajta Romániában a sertéshús (48%) volt. A második helyen a baromfiús (32%) fogyasztás állt. Magyarországgal ellentétben népszerű még a marha- és borjúhús (10%) valamint a juh- és kecskehús (4%). 2010 februárjában a Synovate Romania piackutató cég reprezentatív mintán végzett felmérése szerint 2009-ben a megkérdezettek 63%-a baromfihúst és halat, 12%-a vörös húst (sertés, juh, vad), 24%-a ugyan annyi fehér, mint vörös húst fogyasztott (ION 2010).

A *tej- és tejtermékek* fogyasztási szintje rendkívül magas Romániában. Ez alapvetően a tradicionális román étkezési szokásnak tudható be. Igen népszerűek mind a román, mind pedig a romániai magyarok körében a natúr aludttejek, kefirek, joghurtok, túrók. A friss tej mindennapos italnak számít a legtöbb családban. Magyarországon a tejtermékfogyasztás 2004-2008-ban átlagosan 92,5 kg/fő/év-el volt kevesebb, mint Romániában.

Az utóbbi években a magyar tej- és tejtermékfogyasztás nagyon hullámzóan alakult. A KSH szerint a háztartások tejfogyasztásának visszaesést elsősorban a fogyasztói szokások megváltozása eredményezte, főként az ásványvíz, valamint az üdítőitalok elterjedése, melyek helyettesítő termékként szolgálnak (KSH 2010).

A magyar és román *tojásfogyasztás* 2004-től kis mennyiségben ugyan, de csökkenő tendenciát mutatott. A vizsgált időszakban az egy főre jutó átlagos fogyasztás megközelítőleg 15 kg/év (270db) volt mindkét országban.

A *cereália* fogyasztás aggasztóan magas Romániában. Egy megállapítás szerint az alacsony életszínvonal miatt a húst a kenyérfogyasztással kompenzálják Romániában (ANTENA 3 2010). Ugyanakkor fontos megemlíteni, hogy a román gabonafogyasztás jelentős hányadát a kukoricaliszt teszi ki. A 2004-2009-es egy főre jutó évi átlagfogyasztás (158 kg) 17%-át (27 kg) ennek a gabonaféleségnek a fogyasztása jelentette. A románok egyik közkedvelt nemzeti étele a kukoricalisztból készült „puliszka” étel, melyet tejjel és túróval illetve külön köretként is gyakran készítenek. Magyarországon a cereália fogyasztás 2004-2008-ban átlagosan évi 68 kg/fő-l volt kevesebb, mint a szomszédos országban.

Az egy főre jutó magyar *zsiradékfogyasztás* a vizsgált időszakban átlagosan 21 kg-mal, a *cukor- és mézfogyasztás* pedig 6 kg-mal volt több, mint Romániában.

3. táblázat Az élelmiszerfogyasztás szerkezete Magyarországon és Romániában

Magyarország (2008)		Románia (2009)	
Hús	Arány	Hús	Arány
Baromfihús	46%	Sertéshús	48%
Sertéshús	42%	Baromfihús	32%
Marha- és borjúhús	5%	Marhahús	10%
Belsőség	5%	Juh és kecske hús	4%
Egyéb húsféle	2%	Egyéb húsfajta	6%
Gyümölcs*	Arány	Gyümölcs	Arány
Alma	24%	Dinnyék	28%
Dinnyék	17%	Alma	22%
Citrusfélék	14%	Citrusfélék	21%
Banán	12%	Szőlő	8%
Őszibarack	7%	Szilva	5%
Egyéb gyümölcsök	26%	Egyéb gyümölcsök	16%
Zöldség*	Arány	Zöldség	Arány
Vöröshagyma	14%	Káposzta	28%
Sárgarépa, fehérrépa	13%	Paradicsom	25%
Tartósított zöldségek	13%	Hagyma	13%
Káposzta	12%	Paprika	8%
Paradicsom	11%	Ehető gyökerek	7%
Egyéb zöldségek	37%	Egyéb zöldségek	19%
*háztartásstatistikai adatok alapján			

Forrás: www.insse.ro,

http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zhc005.html alapján, saját számítás

A *zöldség- és gyümölcs fogyasztás* tekintetében nagy az eltérés a két ország között. A vizsgált öt évben évente átlagosan 43,78 kg/fő-vel több zöldség és gyümölcs került a románok asztalára. Ezt a nagy mennyiségi különbséget egyrészt a vallási hagyományokkal indokolhatjuk. A románok 86,7%-a ortodox vallású és évente kétszer karácsony és húsvét előtt 40-40 napos böjtöt tartanak (WIKIPEDIA 2010). A böjt ideje alatt nem fogyaszthatnak húst és állati eredetű termékeket, melyet a zöldségfogyasztással pótolnak. Státusztól függetlenül nagyon sokan komolyan veszik a böjtöt és betartják az étkezésre vonatkozó tiltásokat. Másrészt a román gasztronómia alapja a sokféle zöldségből készülő főzelékek és „csorba” levesek.

A *gyümölcsfogyasztás* esetében mindkét országban a három legnagyobb mennyiségben fogyasztott gyümölcs az alma, a dinnye és a citrusfélék. A statisztikák alapján a magyaroknál az alma (24%), a románoknál a dinnye (28%) áll a fogyasztási lista élén. A *zöldségfogyasztás* szerkezeti összetétele jól tükrözi az eltérő gasztronómiai hagyományokat. Romániában a zöldségfogyasztás felét a káposztafélék (28%) és a paradicsom tesz ki (25%) ki. A káposztát általában házilag savanyítják és a korábban említett levesek nélkülözhetetlen összetevője, akárcsak a paradicsom. A magyarok zöldségfogyasztása egyenletesebb megoszlást mutat és kedveltek a tartósított zöldségfélék is (13%).

A magyar és román élelmiszerfogyasztás várható tendenciái

Trendvizsgálatunk eredményeit a *4-es táblázatban* foglaltuk össze. Magyarországon 2011-2012 között a gyümölcs és burgonyafogyasztás növekedése várható, a többi élelmiszer kategóriánál viszont csökkenés. A liszt és rizsfogyasztás várható éves csökkenése (lineáris trendfüggvény alapján) 1,18 kg/fő, a zöldségfogyasztásé pedig 1,6 kg/fő. Ugyanebben az időszakban, Romániában a hús- és tejtermékfogyasztás mennyiségi növekedésére lehet számítani. A tejfogyasztás éves növekedési üteme lineáris trend alapján 3,87 l/fő.

Pozitív tendencia továbbá, hogy mind a két országban csökkenés várható a cukor, zsiradék és cereália fogyasztást tekintve.

4. táblázat Az alapvető élelmiszerek fogyasztásának várható tendenciái Magyarországon és Romániában 2011-2012

Megnevezés	Hús	Tej	Tojás	Gyümölcs	
HU					
Előrejelzés megbízhatósága	78%	64%	87%	86%	
RO					
Előrejelzés megbízhatósága	85%	83%	90%	57%	
	Zöldség	Burgonya	Liszt és rizs	Cukor	Zsiradékok
HU					
Előrejelzés megbízhatósága	77%	93%	93%	67%	95%
RO					
Előrejelzés megbízhatósága	80%	93%	81%	54%	82%

Forrás: http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/h_zhc001b.html, www.insse.ro alapján, saját számítás

Az életszínvonal, az élelmiszerárak és az élelmiszerfogyasztás összefüggései

Az egy főre jutó *kiadások szerkezetét* vizsgálva, rendkívül nagy különbség figyelhető meg a két ország között. 2008-ban Romániában az összes kiadások 44,3%-át élelmiszerekre költötték (INSSE 2009), míg Magyarországon ez az arány csak 24% volt (KSH).

Az Engel törvényből kiindulva, mely szerint „...minél szegényebb egy család, annál nagyobb az összkiadásának az a hányada, amit élelmiszer-beszerzésre költ” (LEHOTA 2001), aggasztónak tűnnek a román adatok. Magyarországon a kiadások összetételét tekintve egy „minőségi javulás”, arányeltolódás figyelhető meg. Többet költenek tartós fogyasztási cikkekre és szolgáltatásra a magyar háztartások, melynek egyik oka a termékcsoportok árainak eltérő emelkedése. Az 1990-es években, az ezredfordulón és 2005-ben a szolgáltatások és tartós fogyasztási cikkek árai gyorsabban növekedtek, mint az élelmiszereké (HUSZKA et al. 2009).

5. táblázat **Korrelációs mátrix**

Megnevezés	Magyarország (fogyasztás/fő/év)								
	Hús	Tej	Tojás	Zsira-dékok	Liszt rizs	Cukor	Burgonya	Zöldség és gyümölcs	Táp-anyag
Egy főre jutó reáljövedelem	0,81	0,83	0,81	0,91	-0,82	0,48	-0,87	0,69	0,67
Élelmiszerár	0,07	0,24	0,08	0,63	-0,79	-0,07	-0,19	-0,23	0,01
Megnevezés	Románia (fogyasztás/fő/év)								
	Hús	Tej	Tojás	Zsira-dékok	Cereáliák	Cukor	Burgonya	Zöldség	Gyümölcs
Egy főre jutó reáljövedelem	0,89	0,80	0,68	0,74	-0,55	0,49	0,42	0,58	0,61
Élelmiszerár	0,47	0,36	0,49	-0,03	0,44	0,15	0,38	0,27	0,22
0,25-0,50-kapcsolat gyenge; 0,50-0,75-kapcsolat közepes erősségű; 0,75-1-kapcsolat erős									

Forrás: www.insse.ro,

http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/h_zhc001b.html?539 alapján, saját számítás

Korrelációs vizsgálatunk eredményeit az 5. táblázatban foglaltuk össze. Megállapítható, hogy az élelmiszerárak alig befolyásolják az alapvető élelmiszerek keresletét. A vizsgált időszakban egyedül Magyarországon volt kimutatható *erős* negatív korrelációs kapcsolat az élelmiszerárak alakulása és a cereália-fogyasztás között. Azaz, amennyiben az élelmiszerárak csökkennek, akkor a liszt és rizsfogyasztás visszaesik. Ez az eredmény egyrészt az élelmiszerek helyettesíthetőségnek tulajdonítható,....az egyik termék árváltozása (pl. sertéshús áremelkedése) egy másik termék (pl. baromfi-hús) iránti kereslet növekedéséhez vezethet”(LEHOTA 2001). Másrészt bizonyos alapélelmiszerek éppen a nehéz helyettesíthetőségük vagy a gasztronómiai hagyományok miatt ár-rugalmatlanok. Ilyen termék például a tojás, mivel Húsvétkor a magas árak ellenére is megvesszük a szükséges mennyiséget. Romániában a tojás, zöldség és gyümölcsfogyasztás kevésbé, a hús és tej

viszont nagymértékben függ a reáljövedelmek alakulásától. Magyarországgal ellentétben a jövedelmi viszonyok javulása nem eredményezi a cereália-fogyasztás csökkenését.

Tápanyagbevitel

A WHO szerint Magyarország, Románia és Bulgária a világ legegészségtelenebb országai közé tartozik (SZAKONYI 2010). Magyarországon a lakosság több mint fele túlsúlyos, 20%-a pedig elhízott (SZABÓ et al. 2009). A 6. táblázatban összehasonlítottuk a magyar, a román és az ajánlott tápanyagbevitelt. Jól látható, hogy mindkét országban az ajánlottnál magasabb a tápanyagfogyasztás. Egyedül a magyar férfiak átlagos zsírbevitel maradt el az ajánlott napi mennyiségtől 9 g-mal. A románok több energiát (+98g), fehérjét (+11g) és szénhidrátot (+76g) fogyasztanak, mint a magyarok, ugyanakkor kevesebb zsiradékot (-42g).

6. táblázat **Magyar, román tényleges vs. ajánlott napi tápanyagfogyasztás**

Megnevezés	HU 2008	RO 2008	NŐK (15-18 év)			FÉRFIAK (15-18 év)		
			Ajánlott	Eltérés (HU)	Eltérés (RO)	Ajánlott	Eltérés (HU)	Eltérés (RO)
Energia (kcal)	3194	3292	2300	+894	+992	2800	+394	+492
Fehérje (g)	101	112	73	+28	+39	89	+12	+23
Zsír (g)	143	101	74	+69	+27	90	+53	+11
Szénhidrát (g)	380	456	320	+60	+136	389	-9	+67

Forrás: <http://adatbazis.transindex.ro/?adat=etartalom>,
http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpt007.html, www.insse.ro
 alapján saját számítás

A magyar élelmiszerek imázsa Romániában

Az Agrármarketing Centrum által, 2008-ban megrendelt reprezentatív, primer jellegű kutatásból kiderül, hogy minden harmadik román háztartás asztalára került már magyar élelmiszer. A fiatalok fogyasztanak leginkább külföldi élelmiszereket, a 30-50 évesek körében pedig kifejezetten kedveltek a magyar termékek. A legismertebb magyar élelmiszerek a szárnyasok, édességek, hús, liszt, kávé, szalámi és fűszerek. A kutatásból az is kiderül, hogy a román háztartások fele nem figyeli a termék származási helyét vásárláskor (GfK 2008).

Következtetések

Szekunder kutatásunk eredményei rávilágítottak arra, hogy mely szektorokban lenne érdemes intenzívebben megjeleníteni feldolgozott magyar élelmiszerekkel a román piacon. Jó befektetésnek tűnik a román tejszektor, tekintettel arra, hogy az évi tejfogyasztás növekedési üteme igen magas, 3,87 l/fő. A hússzektor is jó kilátásokkal kecsegtet, hiszen e termék kategóriában is keresletnövekedés várható, valamint a magyar élelmiszerek közül a húsfélék igen ismertek és kedveltek. Egy másik ok, amiért érdemes nyitni a szomszédos ország felé az, hogy a magyar fogyasztók hús- és tejtermékek iránti kereslete várhatóan tovább fog csökkenni az elkövetkezendő két évben. A fogyasztói preferenciák mélyebb megismerése érdekében további primer kutatások lebonyolítását tervezzük Magyarországon és Erdélyben. A román statisztikák nem feltétlen tükrözik a romániai magyarok táplálkozási szokásait, akik a magyar élelmiszerek potenciális fogyasztói szegmensét jelentik. Primer kutatásunk során a fiatal korosztály táplálkozási szokásait szeretnénk górcső alá venni, mivel egyre nagyobb vásárlóerővel bírnak és hosszabb távon az ő elvárásai, szokásaik fogják meghatározni az élelmiszerek piaci keresletét.

Hivatkozott források:

- [1.] Antena 3 (2010) Româniile consumă alimente de proastă calitate din cauza lipsurilor financiare. ANTENA3.RO. <http://www.antena3.ro/romania/romanii-consuma-alimente-de-proasta-calitate-din-cauza-lipsurilor-financiare-108600.html>. 2010.10.18
- [2.] Balogh V. (2010) Sertéshúsfogyasztással kapcsolatos fogyasztói preferenciák, attitűdök elemzése az észak-alföldi régióban I. Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing VII. ÉVF. 1/2010. (29 p.).
- [3.] Budapest/Mezőgazdasági Szaktudás Kiadó. (18p.).
- [4.] GfK Hungária (2008) Magyar agrártermékek piaci lehetőségei Romániában. (16-20p.).
- [5.] Hajdu I.-né - Lakner Z. (1990) Az élelmiszeripar gazdaságtana. (16p.).
- [6.] Huszka P. - Polereczki Zs. (2009) A fizetőképes kereslet és az árak hatása a magyar lakosság élelmiszerfogyasztására. Élelmészeti Ipar. LXIII. évf. (2009.) 08. szám. (243 p.)
- [7.] Insse.ro (2009) Veniturile, cheltuielile și consumul populației. insse.ro. (287 p.). http://www.insse.ro/cms/files/Anuar%20statistic/04/04%20Veniturile%20cheltuielile%20si%20consumul%20populatiei_ro.pdf 2011.01.07
- [8.] Ion A. (2010) Carnea proaspătă înregistrează un declin al frecvenței de consum. PROGRESIV. http://www.magazinulprogresiv.ro/articol/1274/Carnea_proaspata_inregistreaza_un_declin_al_frecventei_de_consum.html. 2010.10.11.
- [9.] KSH (2010) Statisztikai tükör. KSH. (1-2 pp.). <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/stattukor/haztfogy/haztfogy09.pdf>. 2010.12.20.
- [10.] KSH (2011) Mezőgazdaság, 2010. KSH. (21-22 pp.). <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/mezo/mezo10.pdf>. 2011.05.02.
- [11.] KSH A háztartások jövedelme és fogyasztása (háztartási szektor makroszintű mutatói) http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/h_zhc001b.html?539 2011.02.07.

-
- [12.] KSH Egy főre jutó évi élelmiszerfogyasztás (2002-)
http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zhc005.html 2010.08.18.
- [13.] KSH Élelmiszerek egy főre jutó hazai fogyasztása
<http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xtabla/elelmfogy/elm15.html> 2010.08.23.
- [14.] KSH Nemzetközi összehasonlítás
http://portal.ksh.hu/portal/page?_pageid=37,599237&_dad=portal&_schema=PORTAL,http://www.google.com/publicdata?ds=z3ennpo156rm1e_&met=minimum_wage&idim=eu_country:RO&dl=hu&hl=hu&q=minim%C3%A1lb%C3%A9r+rom%C3%A1nia 2011.05.02.
- [15.] KSH Reáljövedelem – Reálbérindex (1991-)
http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpt007.html 2011.01.12.
- [16.] KSH. Az egy főre jutó kiadások részletezése COICOP-csoportosítás szerint 2000–
http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zhc004.html 2011.04.21.
- [17.] Lehota J. (2001) Élelmiszergazdasági marketing, Budapest/Műszaki Könyvkiadó. (30/35-36 pp.)
- [18.] Szabó S. A. - Tolnay P. (2009) Zsírbevitel és chipsfogyasztás. Élelmezési Ipar. LXIII. évf. (2009) 06. szám. (177 p.)
- [19.] Szakonyi B. (2010) Mitől vagyunk egészségtelenek?
Marketinginfo.hu
<http://www.marketinginfo.hu/tanulmanyok/essay.php?id=2764>.
2011.02.04.
- [20.] Transindex Napi energiaszükséglet.
<http://adatbazis.transindex.ro/?adat=etartalom> 2011.01.12.
- [21.] Wikipedia.ro (2011) România. WIKIPEDIA.RO.
<http://ro.wikipedia.org/wiki/Romania>. 2011.05.07.
- [22.] www.insse.ro

Szerzők:

Bakos Izabella

Kereskedelem és marketing BA szak

bakosizabella@citromail.hu

Tamus Antalné dr., PhD

Főiskolai tanár

Károly Róbert Főiskola

Marketing és Menedzsment Tanszék

tamusne@karolyrobert.hu,

A MÉRETGAZDASÁGOSSÁG VIZSGÁLATA HEVES MEGYE EGYES MEZŐGAZDASÁGI KISVÁLLALKOZÁSAINAK PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

CSERNÁK JÓZSEF
FICZERÉNE NAGYMIHÁLY KORNÉLIA
ZÖRÖG ZOLTÁN

Összefoglalás

Tanulmányunkban célul tűztük ki a mezőgazdasági kisvállalkozások alakulásának vizsgálatát. Célunk az volt, hogy a szokásos pillanatnyi felmérések helyett fejlődéskövető vizsgálat segítségével elemezzük a kisvállalkozások eddigi fejlődését, helyzetét. A munka során vizsgálat alá vettük a földterületek nagyságának az alakulását és vele párhuzamosan az adott ágazatoknak, kiemelten a szántóföldi növénytermesztésnek, nyereségességét. A vizsgálat során, a teljesség igénye miatt, foglalkoztunk a felmerült költségek nagyságával és azok kisvállalkozások gazdálkodásra gyakorolt hatásaival.

Kulcsszavak:

mezőgazdaság, longitudinális panelvizsgálat, fejlődés-követés,

Abstract

In our study, we aimed to examine the development of small agricultural enterprises. Our object was to survey current instead of the usual development successive study to analyze the current small business development position. In the courses of the work we have enquired the growth of the soil, and along with the relevant sectors, especially the profitability of the arable farming. During the survey, due to the exhaustive, we have dealt with the magnitude of the incurred costs, and their effects on small enterprises management.

Keywords:

agriculture, longitudinal panel-analysis, development successive,

Bevezetés

Munkánk alapjául egy 1991-óta folyamatban lévő két-három évenként megismételt, követéses (mindig ugyanazon gazdaságokra vonatkozó) ún. longitudinális panel vizsgálat kérdőíves primerkutatása szolgált. Első lépésben bemutatásra kerültek a felmérésben szereplő gazdaságok és a gazdálkodók helyzete. Célul tűztük ki, a gazdaságok használatában lévő földterületek alakulásának vizsgálatát. Többek között a földterületek változásainak az elemzését (saját – bérelt területek aránya), a termelési szerkezet mai helyzetét, valamint várható alakulását értékeltem. Fentiekén túlmenően figyelmet fordítottunk az eredményesség vizsgálatára a vállalkozások tevékenységeinek tükrében, az összefüggések keresésére a tevékenységek száma és a vállalkozások sikeressége között. Legvégül, ám nem utolsó sorban méretgazdaságossági vizsgálatokat végeztünk, mintegy szintézisbe hozva a vizsgált területek eredményeit.

Anyag és módszer

A kutatás során több, nyilvánosan hozzáférhető adatbázis adatainak szekunder feldolgozását, illetve a KSH által rendelkezésre álló adatok, valamint saját adatgyűjtésből származó primer adatbázis elemzését végeztük el. Kérdőív célja, hogy megfelelő információkat szerezzünk a magángazdálkodók vállalkozói (farmer) rétegében az elmúlt években végbement változásokról, a gazdaságok tevékenységét leginkább meghatározó problémákról. A kérdőív fejlécében lévő, a gyorsabb gépi feldolgozást szolgáló, rovatokban a területi kódokat, a kérdőív sorszámait a kitöltések végén lettek hozzárendelve és a vállalkozások meg nem nevezése mellett a kérdőívben létrehozott kódrendszer lehetőséget ad az egyes gazdaságok felmérésenkénti követésére is, így figyelemmel lehet kísérni, hogy pl. mely vállalkozások szűntek meg a vizsgált időszak alatt.

A központi Statisztikai Hivatal által (OKTA – kutatás keretében) összeállított kérdőív alapján 1992 decemberében, majd ezt követően 1995 év elején, 1994-re vonatkozóan végezték el a felmérést. Az önkéntes adatgyűjtés ugyanezen gazdaságoknál 1997 januárjában (az 1996-évre vonatkozóan) folytatódott. A kérdőív az adatfolytonosság biztosítása érdekében a korábbi program felmérő íve és kérdései alapján készült. A gazdák felmérését és az interjúkat 1999-ben, 2000-ben, 2003-ban, 2006-ban és 2009-ben is megismételtem. A legutóbbi adatfeldolgozást 2009 végére volt ütemezve, így csak a 2008-as gazdálkodási évre kérdezhettünk rá. A felhasználó kérdőív

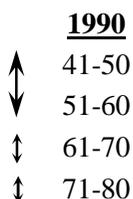
nyitott és zárt kérdéseket is tartalmaz, melyeket a longitudinális panelvizsgálat segítségével elemeztünk.

A módszertani-fogalomtár szerint a longitudinális vizsgálat, különböző időpontokban történő adatfelvételt magában foglaló kutatási terv, ellentétben a keresztmetszeti vizsgálattal. A panelvizsgálat: Olyan fajta longitudinális vizsgálat, amelyben különböző időpontokban ugyanattól a mintától (a paneltől) gyűjtene adatokat. (SZABÓ, 2006)

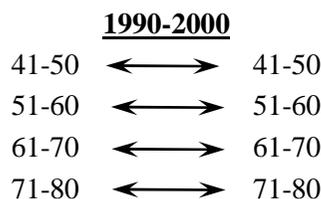
COLLINS (2000) szerint az ideális longitudinális vizsgálatához a változás megfelelő elméleti modellje és olyan időterv (temporal design) szükséges, amely a fejlődés tiszta és részletes képét képes vizsgálni. Emellett szükséges egy megfelelő statisztikai modell, amely az elméleti modellt teszteli. BABBIE (2003) szerint a keresztmetszeti vizsgálatokkal szemben a longitudinális vizsgálatokat úgy tervezik, hogy hosszabb időn át folyik egyazon jelenség, minta figyelése.

A vizsgálat tárgyalása előtt a longitudinális vizsgálatok három típusával kell megismerkedni. A trend-, a kohorsz- és a panelvizsgálatokkal. (1.ábra) A trendvizsgálatok egy populációban az idővel bekövetkezett változásokat tanulmányozzák. A kohorsz-vizsgálatok speciális alpopulációkat (kohorszokat) tanulmányoznak, és megnézik, idővel hogyan változnak. A panelvizsgálatok hasonlóak a trend- és a kohorsz-vizsgálatokhoz, csak hogy itt minden alkalommal ugyanazokat a mintában szereplő gazdaságokat vizsgáljuk. A vizsgálat előnye a keresztmetszeteikkel szemben, hogy részletes információkat nyerünk az időbeni folyamatokról. A kutatás, mint ahogy már említésre került követéses, így a kutatásban résztvevő gazdaságokat nyomon lehet követni, természetesen az anonimitás mellett. Ennek hatására folyamatában láthatjuk a 17 év során a vállalkozások számának alakulását.

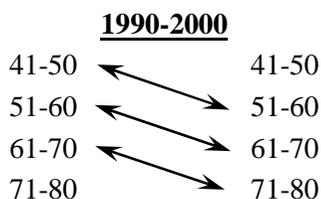
keresztmetszeti vizsgálatok



trendvizsgálatok

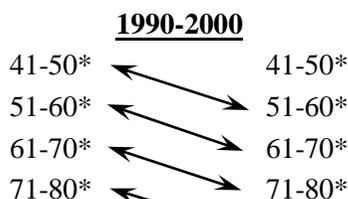


kohorsz-vizsgálatok



↔ összehasonlító vizsgálat

panelvizsgálatok



* ugyan azokat a személyeket vizsgálja +81*

Forrás: Joseph J. Leon in: (BABBIE, 2003).

1. ábra Az öregedés és az idődimenzió

Az időbeni változásokról a legátfogóbb adatokat kínáló panelvizsgálatnál azonban egy sajátos problémával is szembe kell néznünk, ami nem más, mint a lemorzsolódás. A lemorzsolódás problémájára Carol S. ANESHENSEL is felhívja a figyelmet. A veszély az, hogy a vizsgálatból való kimaradás nem tekinthető véletlenszerűnek, és így torzulhatnak az eredmények. Így például, amikor ANESHENSEL és munkatársai a latin és a nem latin serdülők szexuális magatartását hasonlították össze panelvizsgálattal, különbséget találtak a vizsgálatból kimaradt Amerikában, illetve Mexikóban született latin fiatalok jellemzői között. Számításba kellett venniük ezeket a különbségeket, hogy ne jussanak félrevezető következtetésekre a latin és a nem latin fiatalok közti különbségekről. (ANESHENSEL et al., 1989).

A gazdaságok helyzetének bemutatása

A mezőgazdasági kisvállalkozásoknak a szerepe nem elhanyagolható a magyar mezőgazdaságban. Nem tekinthetünk el attól, hogy a kisvállalkozások a tevékenységük végzésekor olyan értékeket hoznak létre, melyeket a mezőgazdaság egyéb résztvevői nem képesek, vagy nem olyan minőségben képesek létrehozni. Hozzájárulnak az élelmiszer-, a nyersanyag- és az energiaellátáshoz, a vidéki táj védelméhez, így közvetetten hozzájárulnak a vidékgazdaság stabilizálásához. A felsoroltakból úgy gondolom, hogy a működő gazdaságok szerepét nemcsak elfogadni, de

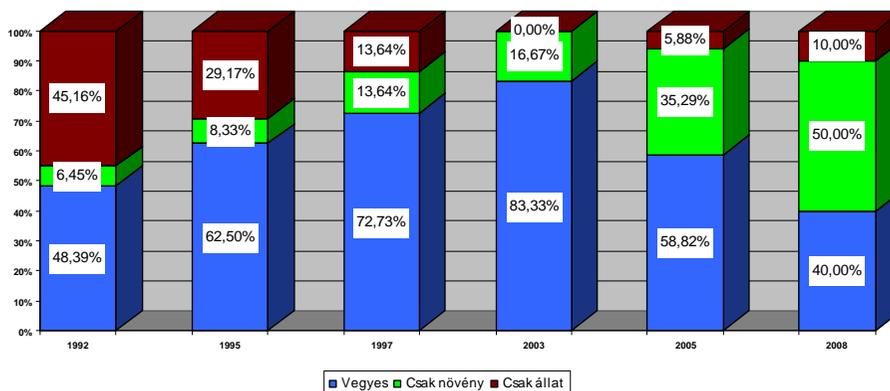
elemezni is érdemes ahhoz, hogy a mezőgazdaság mai helyzetéről pontosabb képet kapjunk. „Az egyéni gazdaságok tevékenységében nagyobb arányt képviselnek a munka-intenzív ágazatok és elterjedtebb a vegyes a termelési profil is. Ezek – a többnyire kényszer formálta jellemzők – a nagyobb élőmunka lekötés, a „több lábon állás” miatt kedvező hatásúak is lehetnek, de korántsem garantálják a megélhetés biztonságát, a termelés „múltányos” jövedelmezőségét.” (HAMZA-TÓTH, 2006).

A gazdálkodás akkor válik vállalkozássá, amikor a gazdálkodási rendszer termékeit már nem az egyszerű újratermelésre használja, hanem arra, hogy pénzügyi tranzakción keresztül belépjenek a szélesebb értelemben vett gazdaságba, és ezáltal magát a gazdálkodást egy nyitott rendszerbe helyezi. Ahogy a gazda bekerül a pénzügyi tranzakcióba annak révén, hogy eladja a terméket, vagy erőforrást vásárol, gazdasága vállalkozássá alakul át. Az a gazdaság, ami semmiféle kereskedelmi átváltási rendszerbe nem lép be nem alkot mezőgazdasági vállalkozást. (WHATMORE, 1991)

A kutatásba bevont kisvállalkozások száma a vizsgált 17 év alatt 64,52 %-al csökkent. A változás drasztikusnak tűnik, de több magyarázata is van. A mezőgazdasági kisvállalkozások számának országos alakulását megfigyelve látható, hogy a mintától nem tér el jelentősen. A minták kiválasztásakor figyelembe vételre került a gazdaságok mérete (500 E Ft termelési érték, illetve a felettiek), mely alapján feltételezhető volt, hogy azok hosszabb ideig fenntartják működésüket. Ennek tudatában mondhatjuk, hogy a vállalkozások megszűnése reprezentálja a piacon lévő változásokat.

Az általunk vizsgált gazdaságok termelési típus szerinti megoszlása (2.ábra) nem követi, nem is követheti szorosan az országos tendenciát, hiszen Heves megye nem a legkedvezőbb adottságokkal rendelkezik a mezőgazdasági termelés vonatkozásában. Így magyarázható, hogy a vegyes profilú vállalkozások száma viszonylag stabilan, 50 - 80% körül alakult a vizsgált időszakban, csupán 2008-ban csökkent 40%-ra, ami a több lábon állás filozófiáját mutatja.

Ezzel szemben a csupán állattartással foglalkozó vállalkozások aránya vészesen csökkent. 2003-ra már a mintában egy vállalkozás sem foglalkozott kizárólag állattenyésztéssel, hanem inkább a vegyes profil kialakítását látták megalapozottnak. „A profilváltást az könnyítette meg, hogy abrakfogyasztó ágazatokat tartottak (sertés, baromfi) mely egyrészt nem kötött takarmánytermő területhez, másrészt az állat reprodukciós ideje viszonylag rövid, mely megkönnyíti a váltást kedvezőtlen gazdasági helyzet esetén.” (FICZERÉNÉ, 2007)



Forrás: Saját szerkesztés, lekérdezett primerkutatás alapján

2. ábra A vizsgált gazdaságok termelési típus szerinti megoszlása százalékban (1991-2008)

Az állattenyésztéssel szemben a növénytermesztés tért hódított magának a vizsgált mintában. A legfrissebb felmérésben a kizárólag növénytermesztéssel foglalkozó vállalkozások aránya elérte a minta 50%-át. Gyakorlatilag a gazdaságok a vegyes profilból átálltak a növénytermesztésre, háttérbe helyezve a állattenyésztést és a vegyes profilt. Emellett említésre méltó, hogy az állattenyésztéssel foglalkozó gazdaságok aránya nőtt, az elmúlt évek (főként a 2003-as év) csökkenő tendenciáját ellenére, ma a vizsgált gazdaságok 10%-át jelenti.

1. táblázat A működő gazdaságok 2005-2008 évi profilmegoszlása

		2008	A vállalkozások 2008 évi profilmegoszlása			
			Csak növény	Csak állat	Vegyes	Összesen
A vállalkozások 2005 évi profilmegoszlása	Csak növény	20%	0%	0%	20%	
	Csak állat	0%	0%	10%	10%	
	Vegyes	30%	10%	30%	70%	
	Összesen	50%	10%	40%	100%	

Forrás: Saját szerkesztés, lekérdezett primerkutatás alapján

A gazdaságok egyes profilok közötti változása jelentősnek mondható 2005-ről 2008-ra. (1. táblázat) Fontos információ, hogy a táblázatban csak azok a gazdaságok szerepelnek, melyek 2005-ben és 2008-ban is működtek. Ez az oka annak, hogy az 1. táblázat utolsó oszlopának eredményei pontosan egyeznek a 2. ábra adott időpontra vonatkozó értékeivel, viszont a 2005-ös év adatai eltérést mutathatnak. Nyomon követhető, hogy a gazdaságok 50%-a váltott profilt jelentősen 2005 és 2008 között. A kiemelt átlóban azok a vállalkozások találhatók, melyek nem változtattak profilt 2005-ről 2008-ra. A táblázatból továbbá kiolvasható, hogy 30% volt azoknak a gazdaságoknak a száma, melyek a vegyes profilról átálltak a kizárólagos növénytermesztés profilra, és ezáltal úgymond abbahagyták az állattenyésztést. Emellett a vizsgált gazdaságok mintegy fele (50%) foglalkozott 2008-ban növénytermesztéssel. A 2003-as évtől kezdve egyre több működő vállalkozás folytat kizárólag növénytermesztést.

Következtetések

A tanulmányban a longitudinális panelvizsgálat alkalmazhatóságának igazolását végeztük el a Heves megyei mezőgazdasági kisvállalkozások méretgazdaságosságának meghatározása érdekében 1991-2008 időszakra vonatkozóan, kérdőíves felmérés alapján. A felmérés 1991-óta 2-3 évenként ismétlődik meg. Feldolgoztuk, kiértékeljük a *gazdaságok helyzetének változásait*, a mezőgazdasági termelés legfontosabb termelő alapjával, a földterülettel való gazdálkodást, azok költségeit, gépállományát, és összefüggéseiket, továbbá a szántóföldi növénytermesztés helyzetét vizsgáltuk, valamint az állattenyésztésnél, a legjelentősebb ágazatokra térünk ki. Az egyes ágazatok eredményességét felhasználva egy összetett leírást készítettünk a mintáról, mely segítségével képet kaptunk a Heves megyei mezőgazdasági kisvállalkozásainak életéről és méretgazdaságosságáról. A vizsgálatok alapján a következő lényeges megállapításokra, új és újszerű következtetésekre jutottunk:

A *használt földterület* vizsgálata során egyik cél volt megvizsgálni a vállalkozások földhasználatában megjelenő változásokat, és azok mértékét. Ennek eredményeként azon következtetések vonhatók le, hogy 2008-ra a gazdaságok 18%-a csökkentette földterületeit, ezzel szemben 36% volt azon vállalkozások aránya, melyek az előző felméréshez képes növelték az általuk birtokolt földterületüket.

A *gépállomány*, mint jelentős beruházás pontosabb képet segít kialakítani a gazdaságokról. A gépállomány a gépeket birtokló gazdaságok számához képest növekedett, ami azt jelenti, hogy csak azok a gazdák tudtak életben maradni, akik növelték a gépesítésük mértékét.

A méretgazdaságosság szempontjából az egyik jelentős tényező a gazdaságok működésekor felmerülő *költségeknek* a köre. A vizsgálat során az tapasztalható, hogy a működési költségek szorosan összefüggnek a vállalkozás méretével és tevékenységével. A vizsgált időszakban a működési költségek mintegy tízszeresére növekedtek, miközben a működő vállalkozások száma egyre csak csökkent. Az évek alatt növekvő gépállomány nagysága az utóbbi időben jelentősen növelte a jól gépesített vállalkozások költségeit. Az eredményesség szempontjából nem kedvező, hogy 2005-ben a 30-100 ha közötti nyereséges gazdaságoknál magasabb volt a gépesítettség, mint a 100 ha fölöttiekénél. Ez abból adódott, hogy a gazdák azt vásárolták, amire támogatást kaptak.

A gazdaságok főbb paramétereinek a vizsgálatánál a három legjelentősebb ágazatuknak az eredményesség változása értékelhető. A *szántóföldi növénytermesztés* esetében 2005-ről 2008-ra rendkívüli mértékben (47%) megnövekedett a nem termelő gazdaságok aránya a nyereséges és a „0” szaldósok rovására, tükrözve ezzel a gazdasági válság hatását a mezőgazdasággal foglalkozó kisgazdaságokra.

A *nyereséges* ágazatknál kimutatható volt, hogy 2005-ben a 30-100 ha-on gazdálkodó vállalkozások a náluk nagyobb gazdaságokkal szemben több gépet birtokolnak. Ha figyelembe véve, az üzemanyag költségeket, elmondható, hogy a kihasználatlan gépkapacitás a kisebb gazdaságoknál a jövőben várhatóan többlet költséget fog jelentkezni. Így nem meglepő, hogy 2008-ban már nem volt olyan 30-50 ha-on működő vállalkozás, mely nyereséges lett volna. A *0 szaldós* vállalkozások között 2008-ban szintén a nagy gépesítéssel bíró 30-100 ha-os gazdaságok találhatók. A vállalkozások nagy része 2008-ra veszteségessé vált, vagy nem termelt, és a 100 ha-os nagyságkategóriában csak azok a gazdaságok tudtak 0 szaldósok lenni, akiknél a költség alig több mint 35% volt, a gépek aránya viszont 20% fölötti. A *veszteséges* kategóriában 2005-ben még voltak 5-10 ha-on működő gazdaságok, de azok már 2008-ban egyik eredményességi kategóriában sem voltak megtalálhatók. Ezen gazdaságok egy része (47%) megszűnt, vagy más ágazatokban tevékenykedik. Viszonylag alacsony (6-12%) azon gazdaságok aránya, melyek veszteséggel tevékenykedtek az ágazatban. Megfigyelhető, hogy a kisebb területtel illetve a kisebb hatékonysággal működő gazdaságok inkább felhagytak a növénytermesztéssel, minthogy veszteségesen folytassák tevékenységüket. Ez kézenfekvő és elfogadható ok a nem-termelésre, ám ha figyelembe veszem a világ népesség számának növekedését, a klímaváltozásokat (tengerszint emelkedés, elsivatagosodás) célszerű lenne a gazdákat a termelés folytatásának irányába befolyásolni.

Hivatkozott források:

- [1.] Aneshensel, C. S. – Becerra, R. – Fielder, E. – Schuler, R.: Participation of Mexican American Female Adolescents in a Longitudinal Panel Survey, *Public Opinion Quarterly*, 53, 1989, 548-562. p. In: Babbie E. (2003): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata, Balassi kiadó, Budapest, 564 p.
- [2.] Babbie, E. (2003) A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest, 564 p.
- [3.] Collins, L. M. (2000) Analysis of Longitudinal Data: The integration of Theoretical Model, Temporal Design and Statistical Model. *Annual Review of Psychology*.
- [4.] Ficzeréné Nagymihály. K. (2007) A mezőgazdasági kisvállalkozások longitudinális vizsgálata Heves megyében, PhD értekezés, Debrecen, 161. p.
- [5.] Hamza E. – Tóth E. (2006): Az egyéni gazdaságok eltartó-képessége, megélhetésben betöltött szerepe. *Agrárgazdasági Tanulmányok*, 2. sz. 137 p.
- [6.] Szabó G. (2006) Bevezetés a longitudinális vizsgálatok módszertanába 1.
www.magtud.sote.hu/bevezetes_a_longitudinalis_1.ppt
- [7.] Whatmore, S. (1991): Life cycle or patriarchy? Gender divisions in family farming, *Journal of Rural Studies* 7. pp. 6-71 in: Gasson, R. – Errigton, A.: *The farm family business* Cab International, Wallingford Oxon OX 10 8DE UK.

Szerzők:

Csernák József

Gazdaságinformatikus BSc szak
Károly Róbert Főiskola
Számviteli és Pénzügyi Tanszék
csernak@karolyrobert.hu

Ficzere Dr. Nagymihály Kornélia, PhD

Főiskolai docens
Károly Róbert Főiskola
Számviteli és Pénzügyi Tanszék
kficzere@karolyrobert.hu

Zörög Zoltán

Mérnök tanár
Károly Róbert Főiskola
Számviteli és Pénzügyi Tanszék
zzorog@karolyrobert.hu

MAGYARORSZÁGI KÖZÉPVÁROSOK IMÁZS VIZSGÁLATA

GYÖRFI KATALIN
SZABÓ-HEVÉR JUDIT
KIRÁLY ZSOLT
TAMUS ANTALNÉ

Összefoglalás

Napjainkban egy település akkor válhat sikeressé és léphet a fejlődés útjára, ha rendelkezésre álló erőforrásait maximálisan ki tudja használni, vagyis teljesítménye alapján is érdemes arra. A területi – jelen esetben városi – teljesítménynek gazdasági és társadalmi értelmezése egyaránt jogos, így annak tényezői alatt nem csak a jövedelem, az infrastrukturális ellátottság, egyéb gazdasági és társadalmi statisztikai mutatók értendők, de a települések (városok) egyes funkciói, szolgáltatásai, adottságai, rész- és rés piacai is. A települések életében fontos, hogy magas színvonalú szolgáltatásokat nyújtsanak, megfelelő legyen a közbiztonság, a természeti környezet és a helyi lakosok vendégszeretete, a fejlődésben pedig fontos szerepet játszik a vállalkozási hajlandóság és a potenciális külső befektetőkben kialakult település-imázs. Tanulmányunkban ezen összefüggéseket elemezzük általunk kiválasztott Gyöngyös, Kazincbarcika, Kiskunfélegyháza városokat vizsgáltuk primer jellegű kutatás - kérdőíves imázs-vizsgálat- segítségével. Célunk, hogy feltárjuk a városok teljesítményei közötti különbségeket, azok okait, s rávilágítsunk arra, hogy szimplán statisztikai mérőszámok figyelembevétele önmagában kevés, a településről kialakult kép és az azt befolyásoló elemek is fontosak.

Kulcsszavak:

szekunder kutatás, primer kutatás, gazdasági, kulturális, társadalmi, ökológiai imázs

Abstract

In our days a settlement may become successful and may take a step on the road of the development if it can take advantage of its available resources maximally, that is it puts up a good show. The economic and social interpretation of regional – in a present case urban – performance is equally legitimate, in this manner under its factors not only the incomes, the infrastructural provision, other economic and social statistical indicators are to be understood, but the single functions, services, conditions, part and gap

markets of settlements (cities) too. In the life of the settlements it's important to provide services on high level, the public safety, the natural environment and the local residents' hospitality be suitable and the inclination of undertaking and the settlement image evolved by the potential exterior investors play an important in the development. We analyse these contexts in our paper with the help of secondary examination and a primer research (questionnaire image examination) focused on three cities: Gyöngyös, Kazincbarcika and Kiskunfélegyháza. Our aim is to reveal the differences between the performances of cities and their reasons, and to shed light on it, that singly the observance of statistical index-numbers are short and the image of the settlement and the elements influencing it are important too.

Keywords:

secondary research, primary research, economic, cultural, social, ecological image

Bevezetés

A gazdasági folyamatok, s a napjainkban zajló válság a városokat, mint gazdasági szereplőket is elérte. Azok jelentős része küszködik a válság okozta problémákkal és ahhoz, hogy ezek is fejlődésnek indulhassanak teljesítményük növelésére van szükségük. Egy település pedig akkor válhat sikeressé és léphet a fejlődés útjára, ha rendelkezésre álló erőforrásait maximálisan ki tudja használni, vagyis teljesítménye alapján is érdemes arra. Kutatásunk során Kazincbarcika, Kiskunfélegyháza és Gyöngyös városban végeztünk kérdőíves felmérést a saját városuk teljesítményére vonatkozóan, és településenként 120 db kérdőívet töltöttünk ki. Célunk volt, hogy feltárjuk ezen városok teljesítményét a kitöltött kérdőívek segítségével.

Anyag és módszer

Kutatómunkánk középpontjában egy kérdőíves felmérés áll, melynek célja, hogy képet kapjunk a helyi lakosságban kialakult imázsról, identitásról és a szűkebb-tágabb lakhelyükkel kapcsolatosan tapasztalható attitűdről. Ezen cél eléréséhez három hipotézist fogalmaztunk meg, melyek a következők: H₁: Jelentős különbség mutatható ki a városok gazdasági, társadalmi, ökológiai megítélésében a vállalkozók és a többi megkérdezett helyi lakos véleményét illetően. H₂: Markáns különbség tapasztalható korcsoportonként a városok teljesítményének megítélésében, hiszen véleményünk szerint az egyes korosztályok gondolkodásmódjában markáns eltérések érzékelhetők az értékrendből, attitűdből adódóan. H₃: A helyi lakosok a szubjektivitásnak, illetve az egyéni preferenciának – eltérő attitűd – köszönhetően sokszor a

racionalitást nélkülözve, a statisztikai adatok által felvázolt helyzettől eltérően, ítélik meg városuk teljesítményét. Vizsgálatunk középpontjába három várost helyeztünk, Kazincbarcikát, Kiskunfélegyházát és Gyöngyöst. Kutatási módszerünk primer jellegű standard interjú, melynek eszköze standardizált kérdőív. A mintavétel módja nem reprezentatív, önkényes mintavétel. A minta nagysága városonként 120 fő, a városban élő, helyi lakosok, nők és férfiak egyaránt.

Eredmények

Elemzésünket két nagy részre osztottuk, elsőként a demográfiai jellemzőket, másodikként a pedig a hipotézisekre kapott válaszokat vizsgáltuk.

Demográfiai jellemzők

Az általunk kiválasztott településen városonként 120 kérdőívet kérdeztünk le, melyből Kazincbarcikánál 111, Kiskunfélegyházánál 109, míg Gyöngyösön 104 darab kérdőív volt kiértékelhető, feldolgozható. A 23. táblázat tükrözi, hogy mindhárom város esetében, nemek szerint közel 50-50%-os volt a válaszadók megoszlása. A korcsoport szerinti megoszlásnál mindenhol a 25 – 39 év közötti válaszadók voltak a legtöbben. A kérdőív kitöltése során próbáltunk arra törekedni, hogy vállalkozókat is bevonjunk a kérdőívünk kitöltésébe, mindhárom település esetében közel 30%-os eredménnyel sikerült.

1.táblázat A válaszadók nem, életkor és vállalkozás szerinti megoszlása (2010) (fő)

Demográfia jellemzők		Kazincbarcika		Kiskunfélegyháza		Gyöngyös	
Nem	Életkor	Összesen	ebből vállalkozó	Összesen	ebből vállalkozó	Összesen	ebből vállalkozó
Férfi	15-24 év	17	10	7	2	11	3
	25-39 év	19	8	25	7	23	8
	40-59 év	12	6	20	5	13	5
	60 év-	3	1	3	2	4	3
Összes férfi		51	25	55	16	51	19
Nő	15-24 év	13	4	9	2	21	1
	25-39 év	27	5	20	3	19	2
	40-59 év	15	2	23	9	13	7
	60 év-	5	0	2	1	0	0
Összes nő		60	11	54	15	53	10
Összes válaszadó		111	36	109	31	104	29

Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

Egyik hipotézisünk volt (H_1), hogy szignifikáns különbség mutatható ki a városok gazdasági, társadalmi, ökológiai megítélésében a vállalkozók és a többi megkérdezett helyi lakos véleményét illetően.

Gazdasági imázs

Elsősorban a gazdasági helyzet tekintetében szeretnénk elemezni az értékeket (2. táblázat). Kazincbarcika városánál a beruházás kivételével az összes többi jellemző esetében a helyi lakosság jobban vélekedik, mint a vállalkozók. Ezek közül is kiemelnénk a vállalkozóbarát város értékét, mely szerint a vállalkozók mindössze 2,56-os átlagértéket adtak - jóval átlag alatti -, tehát Kazincbarcika város nem vállalkozóbarát. Kiskunfélegyházát illetően a havi átlagjövedelem kivételével minden esetben a helyi lakosság jobban vélekedett, mint a vállalkozók. Ezen város esetében is kiemelnénk a vállalkozóbarát város értékelését, miszerint a vállalkozók mindössze 2,20-as átlagértéket adtak, ez alapján Kiskunfélegyháza kapta a legalacsonyabb átlagértéket, így ez a település lett a legkevésbé vállalkozóbarát város. Gyöngyös esetében a vásárlási lehetőségek kivételével minden esetben a helyi lakosok jobban vélekednek, mint a vállalkozók. Itt is ki kell emelnünk a vállalkozóbarát tényezőt, mely alapján a vállalkozók 2,86-os átlaggal értékelték a városukat, míg a helyi lakosság közel 3,78-as átlagértékkel.

2.táblázat **A vállalkozók és a helyi lakosság véleményének összevetése gazdasági helyzet alapján (2010)**

<i>Gazdasági helyzet</i>	Kazincbarcika		Kiskunfélegyháza		Gyöngyös	
	<i>Helyi lakos</i>	<i>Vállalkozó</i>	<i>Helyi lakos</i>	<i>Vállalkozó</i>	<i>Helyi lakos</i>	<i>Vállalkozó</i>
Beruházás	3,38	4,25	2,49	2,13	3,71	3,41
Vásárlási lehetőség	4,81	4,72	4,01	3,74	3,84	4,66
Munkalehetőség	2,31	2,19	1,97	1,90	3,04	2,86
Havi átlagjövedelem	2,38	2,33	2,26	2,33	3,24	2,90
Vállalkozóbarát város	3,10	2,56	2,55	2,20	3,78	2,86
Gazdasági sikeresség	3,15	3,06	1,94	1,84	3,76	3,39

Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

Mind a három város esetében a gazdasági helyzetet tekintve a helyi lakosság jobbnak ítélte meg, szinte minden szempont alapján a városukat, mint a megkérdezett vállalkozók.

Társadalmi imázs

Másodikként a társadalmi jellemzők tekintetében elemezzük a kapott értékeket (3. táblázat). Kazincbarcikát tekintve a városi aktivitás, az összetartás és elvándorlás szempontjából a helyi lakosság jobbnak értékelte a

várost, mint a vállalkozók. Kiskunfélegyháza esetében egyedül a közbiztonságot ítélték meg jobban a helyi lakosok, mint a vállalkozók. Az elvándorlás és a város összetartás szempontjából Gyöngyös vállalkozói jobbnak ítélték meg a városukat, mint a helyi lakosság.

3.táblázat **A vállalkozók és a helyi lakosság véleményének összevetése társadalmi jellemzők alapján (2010)**

Társadalmi jellemző	Kazincbarcika		Kiskunfélegyháza		Gyöngyös	
	Helyi lakos	Vállalkozó	Helyi lakos	Vállalkozó	Helyi lakos	Vállalkozó
Közbiztonság	3,84	4,44	3,88	3,84	3,84	3,83
Közegészségügyi ellátás	3,15	3,60	1,82	1,90	3,44	3,41
Közoktatás színvonala	4,49	4,69	4,20	4,55	4,90	4,34
Hivatali ügyintézés színvonala	3,43	3,89	3,53	3,83	3,91	3,52
Város aktivitása	3,77	3,69	3,18	3,42	3,79	3,24
Előregedés	3,40	3,72	3,13	2,81	3,81	3,52
Elvándorlás	3,21	2,88	3,03	3,11	3,68	3,76
Város összetartás	3,84	3,77	2,96	3,03	3,39	3,79
Szeret ott élni?	4,43	3,66	4,08	4,90	4,72	4,76

Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

Társadalmi jellemzőt tekintve Kazincbarcika és Kiskunfélegyháza esetében szinte minden szempont alapján a vállalkozók jobbnak ítélték meg a városukat, mint a helyi lakosság. Míg Gyöngyös városát nézve a helyi lakosok magasabb átlagértékeket adtak a saját városuknak, mint a vállalkozók.

Ökológiai imázs

Harmadikként a környezeti tényezők alapján elemezzük a három városra vonatkozó eredményeket (4. táblázat). Elsőként Kazincbarcika városát nézve, a megközelíthetőség és az infrastrukturális ellátottság alapján a helyi lakosság jobban vélekedett, mint a vállalkozók. Ez nem túl kedvező a városra nézve, hiszen a vállalkozók olyan telephelyet keresnek, melynek nagyon jó a megközelíthetősége. A többi tényezőt tekintve a vállalkozók jobbra értékelték a városukat, mint a helyi lakosok. Kiskunfélegyháza esetében már jól látható, hogy a vállalkozók 6,55-os átlagértéket adtak a megközelíthetőségre, mely nem sokkal marad el a maximális 7-es átlagértéktől.

4.táblázat: A vállalkozók és a helyi lakosság véleményének összevetése környezeti tényezők alapján (2010)

Környezeti tényezők	Kazincbarcika		Kiskunfélegyháza		Gyöngyös	
	Helyi lakos	Vállalkozó	Helyi lakos	Vállalkozó	Helyi lakos	Vállalkozó
Megközelíthetőség	5,13	5,08	5,91	6,55	5,71	5,03
Infrastrukturális ellátottság	4,73	4,63	4,63	5,29	5,08	5,17
Helyi közlekedés szervezettsége	4,30	4,41	3,73	4,15	3,91	4,71
Tájbédelem	3,43	3,76	3,81	4,04	4,40	4,17
Légszennyezettség	3,14	4,06	4,39	4,77	4,31	4,00
Városszervezés környezet tudatossága	3,28	3,74	3,92	4,10	4,32	3,79
Lakosság környezet tudatossága	3,03	3,29	3,29	3,47	3,37	3,45

Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

A többi tényezőt tekintve is minden esetben a vállalkozók magasabb átlagértéket adtak a városnak. Gyöngyös város esetében is a helyi lakosok jobbnak ítélték meg a városuk megközelíthetőségét – 5,71-os átlagértékkel –, mint a vállalkozók. Kazincbarcikát és Kiskunfélegyházát a környezeti tényezők alapján a vállalkozók jobbnak ítélték meg, mint a helyi lakosok. Gyöngyös városát illetően azonban a helyi lakosság magasabb átlagértékeket adott, mint a megkérdezett vállalkozók.

Összegző összehasonlítás

A vizsgálati eredmények összefoglalásaként az egyes tárgykörök tényezőnkénti eredményét átlagolva is összehasonlítottuk a vállalkozói és lakossági véleményeket, hogy feltételezésünket igazoljuk illetve cáfoljuk.

Mindezek alapján a második hipotézisünk nem nyert igazolást, hiszen összességében nem mutatkozik jelentős eltérés a vállalkozók és a helyi lakosság megítélésében.

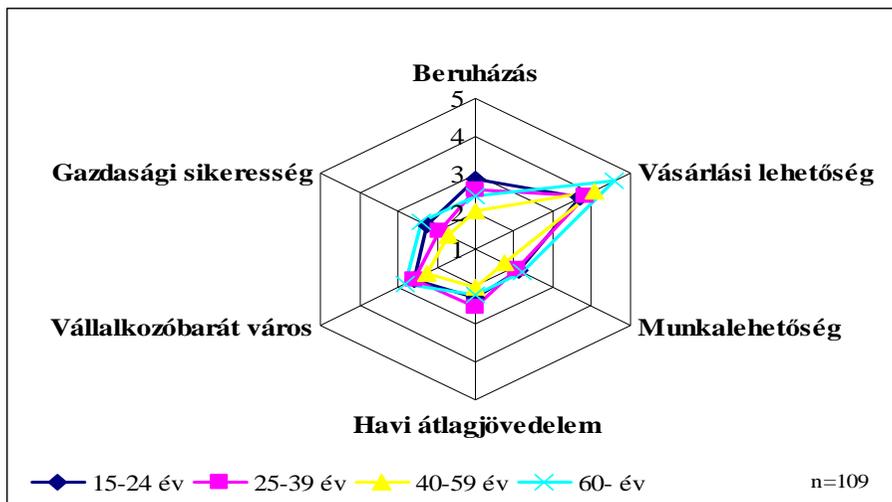
5.táblázat A vállalkozók és a helyi lakosság véleményének összevetése (összegzés)

	Gazdasági helyzet	Társadalmi jellemzők	Ökológiai tényezők
<i>Kazincbarcika</i>			
Helyi lakosság	3,19	3,73	3,86
Vállalkozók	3,19	3,82	4,14
<i>Kiskunfélegyháza</i>			
Helyi lakosság	2,54	3,31	4,25
Vállalkozók	2,36	3,49	4,65
<i>Gyöngyös</i>			
Helyi lakosság	3,56	3,95	4,47
Vállalkozók	3,35	3,80	4,33

Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

Gazdasági imázs, korcsoportonkénti megítélés alapján

Második hipotézisünk (H₂) arra vonatkozott, hogy markáns különbség tapasztalható-e korcsoportonként a városok teljesítményének megítélésében. Kiskunfélegyháza gazdasági megítélésének példáján keresztül mutatjuk be, hogy ezen hipotézisünket cáfoljuk, melyet az 1. ábra szemléltet.



Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

1.ábra Kiskunfélegyháza gazdasági teljesítményének korosztályok szerinti megítélése (2010)

Szekunder és primer kutatási eredmények összevetése

Utolsó hipotézisünk a szekunder és a primer kutatás eredményeinek összevetésén alapszik. H_3 feltételezésünk szerint a helyi lakosok a szubjektivitásnak, illetve az egyéni preferenciának – eltérő attitűdnek – köszönhetően sokszor a racionalitást nélkülözve, a statisztikai adatok által felvázolt helyzettől eltérően ítélik meg városuk teljesítményét. 6. táblázat alapján elmondható, hogy a lakosság a munkanélküliség, a vándorlási különbség és az előregedés kapcsán jól érzékeli a változások irányát, a „trendet”. A mérték kapcsán azonban már a racionalitás hiányzik, melyet a statisztikai adatok illetve a primer kutatás során kapott átlagértékek összevetésével magyarázunk. Számos tényező tekintetében, például Gyöngyös esetén, megfigyelhető, hogy az emberek valamivel jobban értékelik saját helyzetüket, mint amilyen az valójában.

6.táblázat: A primer kutatás és a szekunder eredmények összevetése

Vizsgált terület	Statisztikai mutató	Válaszadói vélemény	„Trend”	Mérték
<i>Foglalkoztatás</i>	<i>Munkanélküliségi ráta (%)</i>	<i>Munkalehetőség</i>		
Gyöngyös	4,03%	2,99	✓	✗
Kazincbarcika	7,70%	2,27	✓	✓
Kiskunfélegyháza	3,52%	1,95	✓	✗
<i>Vándorlás</i>	<i>Vándorlási</i>	<i>Elvándorlás</i>		
Gyöngyös	-1,6	3,70	✓	✗
Kazincbarcika	-12,9	3,10	✓	✓
Kiskunfélegyháza	-4,1	3,05	✓	✗
<i>Korstruktúra</i>	<i>Öregedési index</i>	<i>Öregedés</i>		
Gyöngyös	129,77	3,73	✓	✗
Kazincbarcika	106,76	3,50	✓	✓
Kiskunfélegyháza	118,42	3,04	✓	✗

Forrás: Saját szerkesztés, 2010

A 6. táblázat adatai alapján összefoglalva kijelenthető, hogy ezen hipotézisünk csak részben nyert igazolást, mert az emberekben van annyi racionalitás, hogy jól érzékeli a változások irányát, ugyanakkor a változás mértékét, illetve lakhelyük más városokhoz viszonyított helyzetét már nem tudják jól megítélni.

Következtetések

A primer kutatásban vizsgált három város, a szekunder kutatás – teljesítménymutatói – alapján nem a kiemelkedő városok közé tartozik, hiszen Gyöngyös a középmezőny elején, míg Kazincbarcika és Kiskunfélegyháza annak végén helyezkedik el. Ennek ellenére azt állapítottuk meg, hogy utóbbi két város lakói – a szórásértékek alapján – ugyan nem egységesen, de relatíve jobbnak értékelik településüket. Véleményünk szerint ezt nagymértékben befolyásolja a saját városukhoz való lojalitásuk, szubjektivitásuk, mely a területi identitástudat visszatükröződésében nyilvánul meg. Mindezzel ellentétben Gyöngyös város lakói pesszimistábbak, hiszen lakhelyüket a valósághoz képest rosszabbul ítélik meg, s az is elmondható, hogy a település viszonylag egységes város képét mutatja a lakossági tükör (mirror) imázs tekintetében. Javaslataink közé tartozik, hogy az országban egy teljes decentralizációt kellene végrehajtani, mellyel mind gazdasági, oktatási, egészségügyi, közigazgatási szempontból ki lehetne küszöbölni a Budapest központúságot. Az ország több városába „helyeztetnénk” ki fent említett funkciókat, valamint ezek mellett ipari központok újbóli kialakításával (újraiparosítás) a vidéki városok illetve térségek gazdasági teljesítménye is növekedhetne. Természetesen ezt a gazdasági tradíciók, a szakképzett munkaerő, a piaci keresleti igények és egyéb termelői adottságok figyelembevétele mellett képzeljük el. Ezen „újraiparosítás” ráadásul a közlekedési infrastruktúra fejlődésével is együtt járhat. Mindezek mellett a képzési infrastruktúrát is átalakítanánk, melyben a műszaki és természettudományi képzéseket helyeznénk előtérbe. Ezeket azért tartjuk fontosnak, mert az innováció, a high-tech illetve a magasabb szintű technológia alkalmazásának, adaptálásának feltételei. Továbbá számos nemzetközi elemzés és vizsgálat rávilágított arra, hogy a gazdasági növekedést, a jövedelmi színvonal emelkedését igen jelentős mértékben – közel 80%-ban – magyarázza a természet- illetve műszaki tudományos ismeret növekedése, ehhez köthető K+F és technológia.

Hivatkozott források:

- [1.] Hegyi F. B. (2007): Marketingorientált városfejlesztés. Tér és Társadalom XXI. évfolyam, 3.szám, p. 129.
- [2.] Király Zs. (2004): A scoring és ökonometriai módszerek alkalmazása regionális gazdasági elemzésekre IX. Nemzetközi Agrárökonómiai Tudományos Napok. Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös. 2004. március 25-26.

- [3.] Kotler P. (1998): Marketing menedzsment. Elemzés, tervezés, végrehajtás és ellenőrzés. Budapest, Magyarország. Műszaki Könyvkiadó p.660
- [4.] Lengyel I. - Rechnitzer J. (2009): A regionális tudomány két évtizede Magyarországon. Budapest, Magyarország, Akadémiai Kiadó. p 30.
- [5.] Malhotra N. K. (2001): Marketingkutató. Magyarország Műszaki Könyvkiadó pp. 33-39.
- [6.] Nemes Nagy J. (2009): Terek, helyek, régiók. A regionális tudomány alapjai. Budapest, Magyarország, Akadémiai Kiadó. p 112, 216.
- [7.] Piskóti I.-Dankó L. – Schupler H. (2002): Régió- és településmarketing. Budapest, Magyarország, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft.
- [8.] Szeles P. (1998): A hírnév ereje. Image és arculat. Magyarország STAR PR Ügynökség. pp.61-81
- [9.] Tamus Antalné (2009): A marketingkutató gyakorlata. Gyöngyös, Károly Róbert Kutató-Oktató Közhasznú Nonprofit Kft. p. 64.
- [10.] The World Bank (2007): Qualitive Survey on Disability and Living Standard in Georgia. Tbilisi: Institute for Policy Studies. 105 p. Online: http://pdc.ceu.hu/archive/00003102/01/disability_survey.pdf

Szerzők:

Gyórfi Katalin

Vállalkozásfejlesztés MA szak
kattigy@gmail.com

Szabó-Hevér Judit

Vállalkozásfejlesztés MA szak
sz.yudyt@gmail.com

Dr. Király Zsolt, PhD

Főiskolai docens
Károly Róbert Főiskola
Marketing és Menedzsment Tanszék
zskiraly@karolyrobert.hu

Tamus Antalné dr., PhD

Főiskolai tanár
Károly Róbert Főiskola
Marketing és Menedzsment Tanszék
tamusne@karolyrobert.hu

A KÁROLY RÓBERT BEFEKTETÉSI CSOPORT PORTFOLIÓJÁBAN MEGJELENŐ KOCKÁZAT

KÁLMÁN ZSUZSANNA
ZAKÁR TIVADAR

Összefoglalás

A tanulmány során a Károly Róbert Főiskolán működő tehetséggondozó program portfóliójában megjelenő kockázatot vizsgálom. A Befektetési Csoport elsődleges feladata egy jól teljesítő portfólió összeállítása. A kockázat vizsgálata során kitérek minden olyan tényezőre, amely meghatározza a teljesítményt illetve azt is részletezem, hogy az egyes kockázati tényezőknek milyen hatása van a portfólióra. A deviza-, az árfolyam-, és a piaci kockázatra térek ki, valamint a részvények árfolyam kockázatát megvizsgálom kovariancia- és korrelációelemzéssel a pontos kockázat hozzájárulás érdekében.

Kulcsszavak:

diverzifikáció, kovariancia, korreláció, részvény, deviza

Abstract

During my study I analysed the portfolio risks which monitored by the Károly Róbert College talent management. The Investment Group goals to create a well performing portfolio. I analysed the risk of all factors which dertermine the performance and describe the individual risk factors which have affected the portfolio. I analysed currency risk, market risk,, the foreign exchange rate and I examined the correlation and covariance.

Keywords

covariance, correlation, diversification, share, foreign exchange

Bevezetés

A Károly Róbert Főiskolán működő Befektetési Csoport elsődleges feladata egy hatékony portfólió összeállítása. Az értékpapírok kiválasztása során fontos, hogy a Befektetési Politikának megfelelő alapelvek érvényesüljenek. Keretszámok közé szorítja az egyes értékpapírok megjelenését, a részvények, kötvények és készpénz állomány súlyát.

A portfolió összeállítása során különböző kockázatokkal kell számolnunk, nem csak a papír (egyedi) kockázatát, hanem a piaci, az ország, a deviza és a nemzetközi kockázatot is figyelembe kell vennünk.

Elsőként a Markowitz modell segítségével a korrelációs együtthatókat kell meghatározni. A Henry Markowitz modell a hatékony portfoliók elméletére alapul. A modell arra keresi a választ, hogy a rendelkezésünkre álló tőkepiaci eszközökből, hogyan építhetünk fel minél kisebb kockázat mellett, a lehető legmagasabb hozamot ígérő portfoliót. (ZAKÁR, 2005)

A portfolió kockázata során fontos szerepe van a korrelációs együtthatónak, -1-es érték esetén az eszközök hozama ellentétesen, de azonos mértékben mozognak, míg 1-es érték esetén a hozamok azonos mértékben azonos irányban mozognak. Ha nulla a korrelációs együttható értéke, akkor az eszközök között semmilyen összefüggés nem fedezhető fel, azaz függetlenek egymástól. (MAY 2003)

Az elemzések során a kötvényekkel és készpénzzel nem számolok, csupán a részvényeket elemzem. A részvények súlya a legnagyobb a portfolióban ezért annak a hatékony kiválasztása teljesítmény növekedést eredményezhet a portfolió értékében.

Kovariancia elemzés

A kovariancia a hozamok együttmozgásának abszolút értéke, a várható hozamoktól való eltérés sorozatok súlyozott átlaga. A pozitív kovariancia során a két eszköz hozama együtt mozog, míg a negatív érték az ellentétes mozgást mutatja meg. A portfolió varianciájában fontos szerepe van, mivel a részvények hozzájárulásának kiszámítása után meg tudjuk határozni a portfolió kockázatát. (ZAKÁR 2008)

A kovariancia elemzése során a legtöbb papír pozitív együttmozgást mutatott, azonban a Software Ag részvények a legtöbb papírral ellentétesen mozognak, kivétel a Cash America és Gazprom. Ennek hatása, hogy az árfolyam mozgása ellentétes a többi papírral. Oka lehet még ennek az ellentétes irányú mozgásnak az, hogy más tőzsdén lett megvásárolva.

1.táblázat Az egyes papírok hozzájárulása a kockázathoz és a portfólió kockázata

Részvény név	Kockázathoz való hozzájárulás		
AFSI	0,008%	portfólió kockázata	2,736%
APPLE	0,008%		
CASH AMERICA	0,010%		
DRAGON OIL	0,004%		
NTT DOCOMO	0,002%		
GAZPROM	0,018%		
RDSA	0,002%		
SAPUTO	0,001%		
SOFTWARE AG	0,003%		
YUM!	0,007%		
HAWKINS	0,013%		

Forrás: Saját készítés

A részvények kockázathoz való hozzájárulása során látjuk, hogy a Gazprom, a Hawkins és Cash America értéke a legnagyobb, ennek oka az, hogy a két részvény nagyobb súllyal van jelen a portfólióban és későbbiekben majd látjuk, hogy a két részvény kockázata magas. A hozam kockázat hányados értéke is nagyobb, mint a többi részvényé, azaz sokkal kockázatosabbak, viszont a korrelációs együttható vizsgálata során látjuk majd, hogy a Gazprom a legtöbb papírral ellentétesen mozog, azaz negatívan korrelál.

Korreláció elemzés

A portfólió papírjának a korrelációs együtthatójának a vizsgálata során láthatjuk, hogy a negatív korreláció ritka, de jelen van. A legnagyobb korrelációs együttható a Hawkins és a Software AG között van, de ennek értéke is elenyésző.

Az elemzés során azt figyeltem meg, hogy a korrelációs együttható értékét nagyban befolyásolja az, hogy a két vizsgált eszköz melyik tőzsdén van jegyezve. Ugyanis, ha megnézzük a negatív korreláció főleg a más tőzsdén jegyzett részvényeknél van jelen.

2.táblázat A portfolió részvényeinek a korrelációja

	AFSI	APPLE	CSH	DRG O	NTT DO	OGZD	RDSA	SAP	SOW	YUM	HWK
AFSI	1,00	0,46	0,42	0,15	0,03	0,06	0,04	0,03	0,00	0,45	0,38
APPLE	0,46	1,00	0,37	0,17	0,00	0,09	0,02	0,00	0,00	0,50	0,35
CSH	0,42	0,37	1,00	0,04	0,05	0,03	-0,01	-0,01	0,00	0,40	0,37
DRG O	0,15	0,17	0,04	1,00	-0,01	0,08	0,00	0,04	-0,02	0,00	0,03
NTT DO	0,03	0,00	0,05	-0,01	1,00	0,12	-0,10	-0,11	0,02	0,15	0,10
OGZD	0,06	0,09	0,03	0,08	0,12	1,00	0,16	0,01	-0,01	0,05	0,06
RDSA	0,04	0,02	-0,01	0,00	-0,10	0,16	1,00	-0,06	0,07	0,03	-0,03
SAP	0,03	0,00	-0,01	0,04	-0,11	0,01	-0,06	1,00	0,00	-0,04	0,01
SOW	0,00	0,00	0,00	-0,02	0,02	-0,01	0,07	0,00	1,00	0,02	0,04
YUM	0,45	0,50	0,40	0,00	0,15	0,05	0,03	-0,04	0,02	1,00	0,35
HWK	0,38	0,35	0,37	0,03	0,10	0,06	-0,03	0,01	0,04	0,35	1,00

Tőzsde NASDAQ NYSE NYSE LSE NYSE LSE AMST TOR. XETRA NYSE NYSE

Forrás: Saját készítés

A diverzifikáció szerepe pont ezért fontos, mivel a negatív korrelációkat kihasználva csökkenti a kockázatot. Tehát a negatív vagy gyengén pozitív korreláció elősegíti a kockázat csökkentését.

Deviza kockázat

A deviza kockázat nagymértékben befolyásolja a portfolió teljesítményét, mivel a csoport készpénzállománya euróban van vezetve, a kockázat minden más devizanemben denominált részvény és kötvény esetében fenn áll. A portfolió eszközallokációja a deviza figyelembevételével igen diverzifikált, mivel nem csak euróban, hanem dollárban, angol fontban, török lírában és kanadai dollárban is van értékpapírja. A deviza kockázata igen jelentős, mivel a részvényeken elért árfolyam nyereséggel szemben a deviza EUR-val szembeni gyengülése számottevő lehet.

A táblázat az egyes devizák kockázatát mutatja be, a kanadai dollár szórása a legnagyobb, de relatív kockázat szempontjából a svéd korona a legkockázatosabb. A relatív kockázat megmutatja, hogy egységnyi hozamra mekkora szórás jut. A portfolióban jelentős a dollár kitettség, a dollár gyengülése deviza veszteséget eredményez, ami a részvény árfolyamán elért hozamot felemésztheti.

Diverzifikációs hatás a portfólió kockázatára

A portfólió kockázatát elsősorban a benne található befektetési eszközök (értékpapírok) összességének a kockázata jelenti.

Az egyes értékpapírok kockázata különféle kategóriába sorolható, különböző szempontok szerint osztályozható:

Az értékpapír kibocsátójának a fizetőképessége

Az értékpapír kibocsátójának az országában, gazdasági környezetében bekövetkező változások (kedvező és kedvezőtlen gazdasági folyamatok).

Az értékpapír adás-vételéhez kapcsolódó technikai feltételek (értékpapír piaci likviditása)

Ezen kockázatok mellett vannak bizonyos kockázati tényezők, amelyek kiküszöbölhetőek. A befektetési portfólió teljes kockázata mindig kisebb, mint a benne lévő eszközök egyedi kockázatának összessége (hatékony befektetési politika esetén ez valósul meg). Ennek egyik oka a diverzifikáció. Diverzifikáció a kockázat megosztását jelenti oly módon, hogy a befektetés nem egy, hanem több befektetési eszközbe (például többféle értékpapírba) történik.

3.táblázat A portfólióban megjelenő devizák euróval szembeni szórása

Deviza	Kockázat	Relatív kockázat
Kanadai dollár	0,7444%	3,8425%
Svájci frank	0,5674%	8,8592%
Újzélandi dollár	0,7316%	4,2310%
Szingapúri dollár	0,5091%	7,7986%
US dollár	0,6889%	0,8254%
Angol font	0,5745%	0,8996%
Svéd korona	0,4314%	9,1889%
Török líra	0,5900%	1,9973%

Forrás: Saját készítés

Az táblázat megmutatja, hogy a portfólió kockázata kisebb, mint a benne lévő részvények egyedi kockázata. A diverzifikációs hatás érvényesül, azonban a kockázat elemzése során nagyon fontos, hogy a portfólió hozamát és relatív kockázatát is kiszámítsuk. (BREALEY 2005)

4.táblázat A papírok- és a portfolió kockázata

Részvény név	Kockázat		
AFSI	1,522%		
APPLE	1,597%		
CASH	1,643%		
AMERICA			
DRAGON	1,978%		
OIL			
NTT	1,123%		
DOCOMO		Portfolió kockázata	2,7360%
GAZPROM	3,874%		
RDSA	1,125%		
SAPUTO	1,305%		
SOFTWARE	1,852%		
AG			
YUM!	1,355%		
HAWKINS	2,478%		

Forrás: Saját készítés

Országkockázat, nemzetközi diverzifikáció

A portfolió összeállítása során az országkockázat is megjelenik. Az országkockázat megítélése során az országokat aszerint csoportosítjuk, hogy mennyire tudják törleszteni adósságukat. A Standard and Poors, a Fitch és a Moodys minősítéseit vehetjük alapul. Az országkockázat megjelenéséhez kapcsolódóan a nemzetközi diverzifikáció szerepét is meg kell vizsgálni. A nemzetközi diverzifikáció során jelentős kockázatsökkentést érhetünk el, mivel más országok részvényeit tartjuk. A nemzetközi diverzifikációnak akkor van hatása, ha a vállalatok árbevétele különböző területekről származik, illetve máshol vannak jelen. A nemzetközi diverzifikációval elérhető nyereség az országok tőkepiaci hozamai között fennálló alacsony korreláción alapul. A jelentősége akkor fogalmazódik meg, mikor egy portfolióban több ország, több nemzet értékpapírja jelenik meg. A nemzetközi diverzifikáció a külföldi részvények, külföldi devizák megjelenéséből adódik.

A jelenlegi portfolióban amerikai és európai részvények is megtalálhatóak. A korreláció elemzés elkészítése során azt is figyelembe vettem, hogy a különböző tőzsdéről származó részvények milyen korrelációs együtthatót eredményeznek és azt tapasztaltam, hogy az amerikai részvények és a más régióban (német, vagy torinói tőzsdén) megvett részvények negatív korrelációt mutatnak. A negatív korreláció jelentősége abban rejlik, hogy a

két eszköz egymással ellentétes irányba mozdul el. Ez portfólió alakítás során kiemelten fontos, mivel ha az amerikai tőzsdén negatív hangulatban vannak a részvények, akkor lehetséges, hogy a más tőzsdéken pozitív irányba történik az elmozdulás, de mivel nem a tőzsdéket, hanem a részvényeket vizsgáltam ezért csak a részvények közötti korrelációt értelmezhetjük így. (BODIE 2005)

Részvények kockázata

Az értékpapírokban rejlő kockázat nem csak az egyedi és piaci kockázatban, hanem az árfolyamváltozásban, árfolyam ingadozásban is meg mutatkozik (hozamingadozás). Ennek következménye, hogy a portfólió értékpapírjainak az árfolyam ingadozása minél nagyobb, annál kockázatosabbnak minősül. Ezért lehetséges, hogy a kockázatosabb befektetések időtávja hosszabb, mivel a meghatározott 10%-os hozam elvárás lehet később teljesül.

5.táblázat **Részvények relatív kockázata**

Részvény név	Relatív kockázat
AFSI	11,2259%
APPLE	9,8867%
CASH AMERICA	6,7848%
DRAGON OIL	5,4558%
NTT DOCOMO	7,5649%
GAZPROM	-1,9126%
RDSA	6,0577%
SAPUTO	11,0699%
SOFTWARE AG	8,8606%
YUM!	10,3192%
HAWKINS	9,6465%

Forrás: Saját készítés

A portfólió részvényeinek a relatív kockázata széles skálán mozog 5% és 11% között, a negatív érték oka, hogy a hozama a részvénynek a vizsgált intervallumban negatív lett, ez azt jelenti, hogy negatív hozamot tudunk nagyobb valószínűséggel realizálni vele. A relatív kockázat megmutatja, hogy egységnyi hozamra mekkora kockázat jut. Láthatjuk, hogy az értékek nagyon magasak és ezért fontos, hogy diverzifikáljuk a portfóliót, csökkenteni kell a kockázatát a portfóliónak. (ZAKÁR 2005)

A vizsgálatok után látjuk, hogy a portfólió kockázatát számos tényező befolyásolja. A portfólió összeállítása során fontos ezeket a kockázatokat megismerni illetve vizsgálni. A részvények kockázatának az elemzése lehet

az egyik legfontosabb, mivel a korreláció- és a kovariancia elemzés is mutatja, hogy jelentős kockázatot hordoz magában a részvények árfolyam ingadozása és az, hogy mely tőzsdén kerül megvásárlásra. A nemzetközi kockázat magába foglalja az országekockázatot, az értékpapírt kibocsájtó cég területi elhelyezkedése. Azonban mindezeket a kockázatokat csökkenthetjük diverzifikációval, tehát célszerű portfolió kialakítás során a kockázatok megismerése mellett, keressünk megoldást arra, hogyan diverzifikáljuk a portfoliót.

Hivatkozott források:

- [1.] ASWATH DAMODARAN (2006) A befektetések értékelése Panem 60 p.
- [2.] BODIE- KANE- MARCUS (2005) Befektetések Aula 185 p.
- [3.] BREALEY- MYERS (2005) Modern Vállalati pénzügyek Panem 163 p.
- [4.] MAY RÉKA (2003) Vagyon-, Alap- és portfoliókezelés Budapest/Aula 85 p.
- [5.] ZAKÁR TIVADAR (2005) Befektetési ismeretek Gyöngyös/ KRF Gyöngyös
- [6.] www.financialtimes.com
- [7.] www.fxstreet.com
- [8.] www.yahoo.com/finance

Szerzők:

Kálmán Zsuzsanna

Értékpapírpiazi szakügyintéző
Károly Róbert Főiskola
Vállalatgazdaságtan Tanszék
kalmanzsuzsanna03@gmail.com

Zakár Tivadar

adjunktus
Károly Róbert Főiskola
Vállalatgazdaságtan Tanszék
tzakar@karolyrobert.hu

EGY VÁLLALAT NAPI INFORMÁCIÓS RENDSZERÉNEK FEJLESZTÉSE

KISARI KRISZTIÁN
TÖRCSVÁRI ZSOLT

Összefoglalás

Az általam készített interjúk alapján a vállalatok vezetőit a gazdasági válság következményeként fokozott túlterheltség, és – mind a beosztottak, mind az üzleti és banki szférával szembeni – bizalmatlanság jellemzi.

A fiatal értelmiségi réteg, amelyik még kívülállóként tud tekinteni a vállalatra, és nem rabja a helyi – esetleg nem szerencsés – beidegződéseknek, szokásoknak, friss szemléletével – ha jól képzett –, nagy lehetőséget kaphat az új, jobban működő vállalati struktúra, információs rendszer kialakításában, működtetésében.

A Magyarországon jellemző bonyolult adminisztrációs adó, számviteli és pénzügyi rendszer is óriási terhet jelent a vezetők számára, és talán ez is hozzájárul ahhoz, hogy tapasztalatom szerint az ügyek vitelére alkalmas embert szívesen látják munkatársként.

Dolgozatom első részében beszámolok arról, hogyan tudtam elhelyezkedni a főiskolán történő tanulmányok befejezése után. Milyen nehézségekkel néztem szembe, milyen előnyöket jelentettek számomra a Károly Róbert Főiskolán végzett tanulmányaim.

Hogyan tudtam hasznosítani a főiskolán megszerzett ismereteimet egy több évtizede kiválóan működő cégnél, azzal, hogy munkám során összegyűjtöttem, rendszereztem a cég által használt, a vezetői döntés meghozatalában kulcs fontosságú szerepet betöltő adatokat.

Bemutatom az általam kifejlesztett új adatbeviteli rendszert, a múlt adatainak visszanyerésére használható információs adatbázist, és azokat az előnyöket, amelyekhez a programom juttatta a céget.

Említést teszek a még benne rejlő kiaknázatlan lehetőségekről.

Kulcsszavak:

Adminisztráció, információs rendszerek, fejlesztés, vezetés, fiatal értelmiség

Abstract

I made interviews with the leaders of companies and I found that as the effects of the economic crisis they are increasingly exhausted and mistrustful with the employees, the business and the bank sphere.

The young intellectual level can see the company as an outsider, and they are not the victims of the local – perhaps not lucky – habits, with their „fresh eyes” – if they are well-educated – can get good opportunities in the developing and operating of a new, better working company structure and information system.

In Hungary is typical the complex taxation, accountancy and financial system, which means a huge burden for the leaders. Perhaps it contributes to the fact, that in this kind of company the workers welcome such people as workmate who are suitable for handling the situation.

In the first part of my essay I will report how I managed to find a workplace after I finished my college studies, what kind of difficulties I had to face, and what kind of advantages meant my studies on the Róbert Károly College.

I will write down how I could use the knowledge- which I have gained in the college- in a factory, that have been working exceptionally for more decades. During my work I collected and systematized dates, which have key importance in the decision making of the management.

I will display the new information system- that I have developed -, and the advantages the company gained with the help of this database, which can be used for regaining the dates of the past.

I will mention the untapped opportunities, which are still in this project.

Keywords:

secondary research, primary research, economic, cultural, social, ecological image

Bevezetés

Dolgozatom elején bemutatam a vállalatot, ahol elhelyezkedtem. Ismeretem a tevékenységét, és annak körülményeit. Kitérek az ágazatok által végzett munkára.

Munkámat azzal kezdtem, hogy tanulmányoztam a vállalati információs rendszereket. Ismertettem néhány általam kiválasztott információt.

Véleményem szerint a vezetők számára nagyon fontos hogy minél pontosabban, és részletesebben átlássák a vállalat folyamatait és a lehető legjobban nyomon tudják követni a költségek alakulását. Ez elengedhetetlen ahhoz, hogy a vezetőnek tiszta képe legyen a vállalat helyzetéről, és a megfelelő információk birtokában tudja meghozni a döntéseit.

Anyag és módszer

A vizsgálataimat és a tapasztalatok gyűjtését secunder információk tanulmányozásán túl mélyinterjúk segítségével végeztem. Több vezetővel, és

beosztottal folytattam beszélgetéseket, hogy megtudja a véleményüket, megismerjem a szemléletüket és az elvárásaikat, továbbá tanulmányaim és munkahelyi gyakorlatom is nagy segítséget jelentettek a számomra a vizsgálatok során.

Eredmények

Az általam létrehozott jelentések azt a célt szolgálják, hogy akár napi szinten betekintést engednek a vezetőnek az ágazatok tevékenységeibe. Ami azért is nagyon fontos, mert így a folyamatok jól láthatók, és tanulmányozhatók, észrevehetőek a szervezési problémák. Lehetőség nyílik a meglévő folyamatok átgondolására, újraszervezésére, ezzel is növelve a cég hatékonyságát.

Azáltal, hogy egységes jelentésrendszert alakítottam ki, és hogy az eddig egymástól teljesen függetlenül működő programokat, alkalmazásokat összekapcsoltam, egy olyan komplex rendszer került kialakításra, amely bármelyik pillanatban rendelkezésre áll és nagyon fontos információkkal látja el a vezetőséget. Komplette folyamatok, munkaműveletek rajzolódnak ki teljes költségvonzattal, amik eddig az óriási adatmennyiségben elvesztek, és lehetetlennek tűnt a követésük. Ezek most pillanatok alatt kinyerhetők

Kidolgoztam a gépek számára egy azonosítási rendszert. A gépekhez egyedi azonosítókat rendeltem, amik jól látható helyekre kerültek fel a gépekre, ellentétben az eddig azonosításra használt, és az idők során eléggé megkopott gyári azonosítókkal. Ez nem csak a leltár, illetve a biztonsági ellenőrzés céljára szolgál, hanem a géppel, és a gépen végzett összes tevékenység nyomon követhetővé válik. Ez a könyvelés számára jelentős segítség, mivel a javítási munkák és a gépekkel végzett tevékenységek visszakereshetők az általam készített nyilvántartásból, és a költségek nagyon pontosan feloszthatók. Így kiszámítható ágazatra, növényre, dolgozóra stb. vetítve a gépüzemköltség. Ezzel megalapoztam egy fejlettebb, tevékenység alapú költségszámítási rendszer bevezetését.

Az általam létrehozott gépnylvántartás bárki számára kezelhetővé vált, nem szükséges programozói ismeret a használatához, ellentétben a korábbi változattal. A fellelhető összes információkat tartalmazza, ami az adott géppel kapcsolatos. Egyszerű a keresés, és nem szükséges speciális nyomtató a listák készítéséhez.

Véleményem szerint a minél eredményesebb működés érdekében elengedhetetlen a teljesítmények értékelése. A bemutatott alkalmazások

segítségével nem csak a teljesítmények értékelése végezhető el, hanem azok változása, alakulása is nyomon követhető.

Úgy gondolom az általam létrehozott és folyamatosan fejlesztet alkalmazások nagyban megkönnyítik a vezetők amúgy is nehéz döntéshozatali körülményeit azáltal, hogy tisztább képet adnak az ágazatokról.

További lehetőségek

A továbbiakban célokom egy olyan tervező, optimalizáló, és szimulációs műveletek végrehajtására képes program létrehozása, amely nagy segítséget nyújt a mezőgazdasági vállalkozások vezetőinek. Itt a pontos tervezéstől kezdve a mindennapi munkafolyamatok ellenőrzését, figyelemmel kísérését, és a terv tény állapot összehasonlítását is lehetővé tevő szoftverről van szó. Lehet akár kezdő a szakmában, vagy több tíz éves jártassággal rendelkező szakember is, mert a sok tapasztalat, és tudás ellenére, egy közepes, vagy nagyobb mezőgazdasági vállalkozásban akkora információ mennyiséggel kell dogni naponta, hogy azt szinte lehetetlen átlátni megfelelő számítógépes háttér nélkül.

Jelenleg nem tudok olyan program létezéséről, amely képes lenne az egész gazdasági folyamat modellezésére. A nagyobb szoftverfejlesztő cégek próbálkoztak a banki, pénzügyi, ipari szférában kifejlesztett programjaikat átírni a mezőgazdasági cégekre, de sok hibával dolgoztak, és nem voltak megfelelők a célra. Ez annak a következménye, hogy a mezőgazdaság annyira összetett és kiszolgáltatott a környezeti tényezőknek, hogy nagyon nehéz igazán jól átadni ezeket az információkat a program számára. A programozók nagy része nem rendelkezik mélyreható mezőgazdasági ismeretekkel sem, és számukra a mezőgazdaságban bekövetkező változások, folyamatok érthetetlenek.

Az általam készített program egyik alapja az előző évek adatainak pontos és rendszerezett rögzítése. Sokan már itt hibákat követnek el, mivel az emberek által szolgáltatott adatok rengeteg hibát tartalmaznak, mivel olyan felfogásban élnek, hogy nekik a munka elvégzése, és nem az arról való tájékoztatás a feladatuk. Ez részben érthető is, hiszen nagyon kemény munka a mezőgazdaságban végzett tevékenység, és nagy leterheltség jellemzi a dolgozókat, de azt meg kell érteniük, hogy ha nem adnak pontos információkat a vezetés felé, akkor ellehetetlenítik a reális döntések meghozatalát. A sok téves, vagy rossz alapra helyezett döntés pedig veszélybe sodorhatja a cég jövőjét.

Pont ezért nagyon fontos hogy legyen egy olyan komplex ellenőrző, elemző, tervező, szimulációs program a vezetők kezében, ami segítségével nagyon pontos alapra helyezhetik a döntéseiket. Naprakész információval lesznek ellátva, és a lehető legrövidebb időn belül láthatják a döntéseik következményeit. Korrigálhatják, felülbírálnak azokat.

Naprakész információk álljanak a rendelkezésükre a raktárakban álló készletállományról. Ezek a termékek mennyiségére, minőségére és értékére vonatkozó adatok. Pillanatok alatt visszakereshetők a bekerülési értékek. Folyamatosan rögzítésre kerülnek a piaci árak változásai évekre visszamenőleg is, hogy trendvizsgálatok segítségével megjósolható legyen a várható áralakulás az év bármely időszakára. A raktározási költségek is feltüntetésre kerülnek, így a program tanácsot tud adni, meddig érdemes tárolni és mikor lehet a legnagyobb haszonnal eladni a terméket. Ezáltal a vezető maximalizálni tudja a nyereségét.

Most ha végiggondoljuk, hogy a jelenlegi adminisztrációs rendszert használva mennyi időt venne igénybe ezeknek a vizsgálatoknak az elvégzése, és egy ilyen horderejű vezetői döntés előkészítése, napokról, hetekről lehet beszélni, de ebben az esetben is csak akkor, ha a nyilvántartások tényleg becsületesen és pontosan vannak vezetve. Ennek hiányában döntéstámogatásra nincs is lehetőség, és szinte szerencsejátéknak mondható a vezetői döntéshozatal.

A programom egyik része a gépek jó kihasználásáért felelős modul. Ez részben a kidolgozott jelentések alapján általam bevitt előző évek adataival vizsgálódik. Ezeket naprakészen folyamatosan gyűjti és elemzi. Másrészt a Gödöllői Központi Gépkutató Intézet által meghatározott teljesítménynormákat veszi alapul. Ezekkel az ellenőrzési funkciót is ellátja. Folyamatosan vizsgálja a GPS rendszer által továbbított információkat. Mindezeket a tervek függvényében is képes vizsgálni és jelez, ha eltérés van. Segíti a következő év munkafolyamat tervének összeállítását. Figyeli a gépek költségeit, mind az üzemanyag, mind a karbantartás terén. Az általunk bevitt normától való eltérésre is figyelmeztet, akár menet közben. Tájékoztat, hogyan lehet majd a lehető legjobb kihasználtság, és költséghatékonyság mellett üzemeltetni a gépeket. Jelezi, ha valami ettől eltér.

Elemzem, hogy milyen teljesítménnyel dolgoznak a gépekkel. Ezt összevetem a GKI adataival, ahol nagyon nagy eltérés mutatkozik, ott érdemes utánanézni mi okozhatja.

Remélhetőleg a tervezett program elkészültével még inkább sikerül megkönnyíteni a vezetők dolgát a döntéseik meghozatala terén, ezzel is hozzájárulva, hogy vállalatul az eddigieknél is eredményesebben működjön.

Hivatkozott források

- [1.] Bosnyák-Gyenge-Pavlik-Székács: Vezetői számvitel I. Budapest, 2009. 157 p.
- [2.] Bosnyák-Gyenge-Pavlik-Székács: Vezetői számvitel II. Budapest, 2009 111 p.
- [3.] Cobit Framework, 3rd edition, ISACF, IT Governance Institute, Rolling Meadows, IL USA 2000 450 p.
- [4.] Dr. Holyinka Péter: Vállalati információs rendszerek, BMF NIK, Budapest, 2001. 170 p.
- [5.] Heteyi József: Vállaltirányítási információs rendszerek Magyarország, Computerbooks, Budapest, 1999. 380 p.
- [6.] http://en.wikipedia.org/wiki/Business_process_reengineering (letöltve: 2009.október 18.)
- [7.] <http://www.gao.gov/special.pubs/bprag/bprag.pdf> (letöltve: 2009.november 21.)
- [8.] Hunyadi L. - Mundruczó Gy. - Vita L.: Statisztika. Aula kiadó, Budapest, 2001, 883 p.
- [9.] Hunyadi L. - Vita L.: Statisztika közgazdászoknak. KSH, Budapest, 2004, 770 p.
- [10.] Kerékgyártó Gy.-né - Mundruczó Gy. - Sugár A.: Statisztikai módszerek és alkalmazásuk a gazdasági, üzleti elemzésekben. Aula kiadó, Budapest, 2001, 573 p.
- [11.] Kerékgyártó Gy.-né - Mundruczó Gy.: Statisztikai módszerek a gazdasági elemzésben. Aula kiadó, Budapest 2000, 571 p.
- [12.] Kovács I.(szerk.): Statisztika. KRF. Gyöngyös, 2004, 306 p.
- [13.] Középtiszai Mezőgazdasági Zrt. belső anyaga 2009. 30 p.
- [14.] Középtiszai Mezőgazdasági Zrt. belső anyaga 2010. 32 p.
- [15.] Majoros P.: A kutatómódszertan alapjai. Perfekt kiadó, Budapest 2004, 250 p.
- [16.] Rappai G.: Üzleti statisztika Excellel. KSH. Budapest, 2001, 231 p.
- [17.] Szűcs I. (szerk.): A tudományos megismerés rendszertana. SZIE. Budapest, 2008, 272 p.
- [18.] Szűcs I. (szerk.): Alkalmazott statisztika. Agroinform Kiadóház, Budapest 2002, 480 p.

- [19.] Thomas Curran, Gerhard Keller with Andrew Ladd: SAP R/3 Business Blueprint, Prentice Hall PTR, Prentice-Hall Inc. 1998. 239 p.
- [20.] Töröcsvári Zs.(szerk.): Statisztikai példatár. KRF. Gyöngyös, 2004, 125 p.
- [21.] Töröcsvári Zs.: Vázlat a társadalmi-gazdasági előrejelzések tananyagához. KRF-OKN Kft, Gyöngyös, 2009, 125 p.

Szerzők:

Kisari Krisztián

Gazdaságinformatikus BSc szak

Dr. Töröcsvári Zsolt, PhD

Főiskolai tanár

Károly Róbert Főiskola

Gazdaságmatematika és Informatika Tanszék

zstorcsvari@karolyrobert.hu

A CSONGRÁDI SZŐLŐTERMELŐK GAZDASÁGI HELYZETE

KISPÁL GABRIELLA
LIEBMANN LAJOS

Összefoglalás

A tanulmány a csongrádi szőlőtermelők gazdasági helyzetét több vizsgálati módszer felhasználására alapozva mutatja be. A termelők a rendelkezésükre álló egyébként jó természeti adottságok kihasználása mellett – más hazai szőlőtermő területek, borvidékek gazdálkodóihoz hasonlóan – hosszabb ideje kedvezőtlen gazdasági feltételek között dolgoznak fennmaradásukért. Eredményességüket meghatározza az is, hogy kevésbé ismert termőhelyen végzik tevékenységüket, továbbá a termékpálya helyi kapcsolatrendszerében, éppen a borvidék piaci alul pozícionáltsága miatt, kiszolgáltatottságuk még kifejezettebb.

Kulcsszavak:

termékpálya, költség, hozam, veszteség

Abstract

The study shows the economic situation of grape producers at Csongrád county, based on the use of several analytical methods. The producers have been working by adverse economic conditions for surviving for a long time, similarly producers from other wine regions and grape producing areas, beside the utilization of available good natural conditions. Their efficiency was determined, that they work in a less known region, additionally their defenselessness is larger within the chain's relationship, because of the low market position of the wine region.

Keywords:

chain, cost, yield, loss

Bevezetés

„...egy termés a tőkén, egy termés a pincében, egy termés a zsebben.”
/a gazdálkodás klasszikus elve/

Az előbbi idézet nagyon jól rávilágít arra, hogy a szőlő- és borágazatban is csak akkor érdemes tevékenykedni, ha a termelő kellő tartalékkal rendelkezik

ahhoz, hogy tevékenységét évről-évre megújítsa és saját döntése szerint fenntartsa. A mezőgazdaság, ezen belül a szőlőtermelés mindig az egyik legnehezebb ágazat volt, hiszen nagy a tőkelekötés és a termelésnek nagyon sok olyan tényezője van, melyet az ember nem tud befolyásolni.

A hazai gazdálkodók az EU-ba való belépéstől helyzetük javulását várták. E várakozásuk azonban nem feltétlenül és nem mindenben teljesült. A gazdálkodási feltételek általános romlása nehéz helyzetbe hozott sok termelőt. A csongrádi talán az egyik legrosszabb helyzetben lévő hazai szőlőtermő vidék. E tanulmány összeállításának az a célja, hogy e térség termelőinek helyzetét és lehetőségeit bemutassa.

Anyag és módszer

A Csongrádi borvidéket 1997-ben törvényi hatállyal hozták létre, amikor az alföldi régiót 3 részre osztották. A borvidék három hegyközségből áll, ezek a Kisteleki, a Móraalmi és a Csongrádi Hegyközség. A 2010. év augusztusi adatai szerint 1730 hektár tartozott a borvidékhez, melyből csak 1154 hektáron volt szüret. (PAPP 2010) Ez a terület az ország szőlőterületéhez hasonlóan 1998 óta folyamatosan csökken. A Csongrádi Hegyközséghez a legfrissebb adatok (PAPP 2010) szerint 565 hektár nyilvántartott szőlőterület tartozik, melyből 81 hektárra már kiadták a kivágási engedélyt.

Csongrádon és környékén a természeti adottságok nagyon kedvezőek, magas az évi napsütéses órák száma, akár a 2050-2100 órát is eléri (KISPÁL 2009). Közel van a Tisza, homokos a talaj, mindez hozzájárul a szőlő megfelelő cukorfokának kialakulásához (GÉCZI 2010). Bár a fagyok és a csapadékhiány komoly károkat okozhatnak, de a szőlőnek általában kedvez az éghajlat. A legfontosabb vörösbort adó szőlőfajták a Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Kékfrankos, Zweigelt, valamint a hungarikumnak is számító Kadarka. A fehérszőlők közül a Kövidinka, a Zalagyöngye, Rizlingszilváni, Bianca, Chardonnay, Ezerjő és a Rajnai Rizling a legelterjedtebb ezen a területen.

A szőlőtermelők helyzete és lehetőségei több megközelítésben is vizsgálható. Ennek megfelelően a szakirodalom feldolgozása és mélyinterjúk képezték a SWOT-analízis alapját. Kérdőíves felmérést végeztünk a csongrádi hegyközség termelői körében. A mélyinterjúkra, a kérdőíves felvételezés eredményeire támaszkodva, valamint MILLER (2009) alapján termékpálya elemzést, preferenciamátrixot állítottunk össze. A helyi termelési feltételeket és technológiát alapul véve (KISPÁL 2009) a szőlőtermelés eredményességének értékelésére modellszámítást készítettünk. A számítást és annak eredményeit a termelőkkel folytatott személyes interjúk segítségével is teszteltük.

A mélyinterjúk egyrészt kiindulási alapot adtak az elemzéshez, a kérdőívek összeállításához, és a gazdasági kalkulációhoz, másrészt visszaigazolással, kontrollként és kiegészítésként szolgáltak a vizsgálati eredmények értelmezéséhez és értékeléséhez.

Eredmények

A SWOT analízis legfontosabb megállapításait az 1. táblázat foglalja össze. Az *erősségek* között elsőként említett *jó elhelyezkedés* jellemzőire az előbbiekben már utalás történt. A felsorolásból a jó fajtaösszetételt és a szakmai tudást emeljük ki. A *fajtaösszetétel* tekintetében feltétlen termelői előnyként említhető, hogy több szőlőfajta is jól megél a területen, ez segít a kockázatot megosztani (KISPÁL 2009). Ha az egyik fajta elfagyott, (ez két-három évig is mutathatja a hatását) a másik még megmaradhat. Ha az egyik gombásodik, a másik elkerülheti azt. A fajták érési ideje is eltér, így könnyebb a betakarítást megszervezni. A megmunkálási idő is jobban széthúzható, ütemezhető.

Szakmai tudás, jól kiforrott termelési technológia, szakmailag képzett, stabil, jól felkészült kiszolgáló személyzet a jellemző a hegyközségekre. Ez köszönhető annak, hogy a termelők már régóta foglalkoznak ezzel a tevékenységgel. A kérdőíves felmérésben érintett termelői kör átlagosan 26 éve résztvevője e munkának. Többségük felsőfokú szakmai végzettséggel rendelkezik.

A *lehetőségek* közül a minőség (BLAHÓ 2010) és a pályázatok tekinthetők a legfontosabbnak. A 70-es évek után *a mennyiség helyett a minőség lett a meghatározó* cél e területen is. A szemléletváltás helyességét a színvonalas borversenyeken elért jó eredmények is igazolják. A csongrádi borok teljes mértékben ki tudnák elégíteni a minőségi vörösbor iránti keresletet. Ez a terület nagyon jó alapanyagot ad a borászathoz, ami a bor minőségében körülbelül 80 %-ot jelent. A maradék 20%-nak több mint kétharmad részét a jó technológia adja és kevesebb, mint egynegyede a gyakorlati fogásoknak köszönhető. (KISPÁL 2010)

A *pályázatok* különböző formái lehetőséget adnak arra, hogy a szőlőtermelő magasabb hozzáadott értéket állítson elő, és fent tudjon maradni az ínséges időkben is. A pályázati pénzek elnyerése egyes termelőket az „éhhaláltól” ment meg, másokat, akik kiegészítő tevékenységként végzik a szőlőtermelést, mellékjövedelemhez juttathat. Körülbelül 10-12 pályázati forma létezik a szőlőtermelők és borászok támogatására.

A *gyengeségek* közül a klímaváltozás (BÁLINT 2010) és a pénzhiány (KISPÁL 2009), (NÉMETH 2010), (PAPP 2010) a legfontosabb. A termés átlagmennyisége nagymértékben visszaesett a *klímaváltozás* miatt. Ez köszönhető annak a jelenségnek, hogy egyes években még márciusban esik a hó, de már májusban az eső hiánya miatt elkezdi száradni, égni a tőke, melynek következménye akár 60%-os termékcsökkenést is lehet. Sajnos jégesők is előfordulnak.

1. táblázat: **SWOT-analízis csongrádi szőlőtermelőkre**

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> • Jó elhelyezkedés • Kiforrott technológia • Fajtaösszetétel • Biotermelés • Szakmai tudás 	<ul style="list-style-type: none"> • Klímaváltozás • Pénzhiány • Az integráció hiánya • Gyenge marketing • Alulpozícionáltság
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> • Hagyomány • Minőség • Technológiai fejlesztések • Pályázatok • Borturizmus • Összefogás 	<ul style="list-style-type: none"> • „A pincék uralma” • A kifizetések halogatása • Alkalmi munkavállalók • A nem megfelelő ellenőrzés • Magas anyagköltségek

Forrás: Mélyinterjúk, kérdőívek, releváns honlapok alapján saját szerkesztés

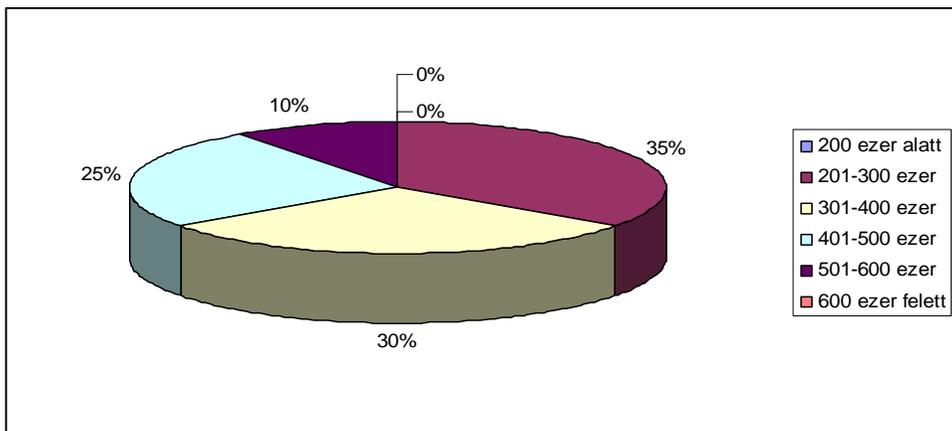
A *pénzhiány* miatt a szőlőtermelők nem tudnak annyi tartalékot képezni, hogy a feldolgozásra költsenek. A fejlesztések elmaradnak és a jól reklámozott területekkel összehasonlítva a hátrány csak növekszik. A vállalkozók ellehetetlenülnek, nincs meg a szükséges „saját erejük” a pályázatokhoz, mert egyik napról a másikra élnek. Örülnek, ha a szőlő ára fedezi a megművelést.

A *veszélyek* közül legfontosabb „a pincék uralma” (KISPÁL 2009) és az anyagköltségek emelkedése. A pincék nem élnek az integrációs lehetőségekkel, nem fognak össze a termelőkkel. Mindent a két nagy pince határoz meg, és helyzetüket kihasználva évek óta alacsonyan tartják az árakat. Ez hosszútávon likviditási gondokat idéz elő, a termelők körében már most megélhetési gondokat is okoz.

Nagy problémát jelent a KSH 2008. évi adatai szerint, hogy az alap-és segédanyag árak már nyugati szinten vannak, az értékesítési ár pedig körülbelül egy ötöde, egy hatoda a nyugati áraknak.

A kérdőíves vizsgálat tapasztalatairól összességében elmondható, hogy a válaszadási hajlandóság összességében gyenge volt. A kérdőívet többen kitöltetlenül adták vissza. A válaszadás hiányát a félelemmel indokolták. Tartottak attól, hogy a véleményük közreadásának önmaguk számára kedvezőtlen következményei lehetnek. Összesen 24 értékelhető kérdőív érkezett vissza. E kérdőívek kitöltői a volt szőlőszövetkezeti területből 156,74 hektárt birtokoltak, amely az összes területeknek több mint felét teszi ki. A kérdőíves véleményfelmérésből csak a legfontosabb kérdések feldolgozásának eredményeit emeljük ki.

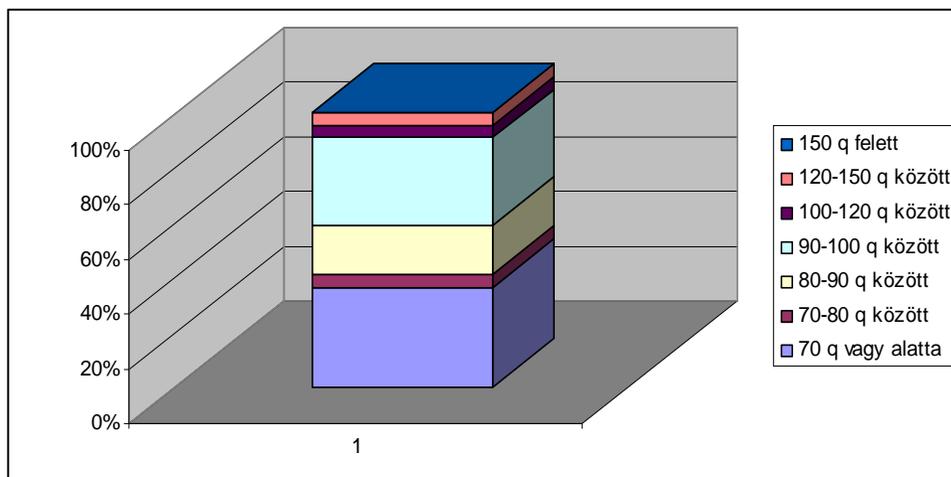
Egy hektár megművelése a legtöbb válaszadó szerint 201-300 ezer, illetve a 301-400 ezer Ft-os költségkategóriába esik. (1. ábra) Ez az összeg azért lehet ilyen alacsony, mert a termelők igyekeznek költségeket minimalizálni és csak a legfontosabb feladatokra koncentrálni. A munkák jelentős részét maguk végzik el, a saját munka ellenértékét nem számolják fel költségeik között, és lehetőség szerint nem alkalmaznak időszaki munkaerőt. Amikor csak lehet, az egyes műveletek gyakoriságát ritkítják, hogy fenn tudják tartani az ültetvényt.



Forrás: A kérdőívek alapján saját szerkesztés

1. ábra: Egy hektár szőlőterület művelésének költsége 2009-ben

Az optimális termésmennyiséget érintő kérdésre adott válaszok szintén megoszlanak. Egy hektár szőlőterületen 7 tonna alatti és 9-10 tonna közötti ez az érték. (2. ábra) Ez azért lehet, mert ha kedvező az évjárat, akkor valóban elérhető a 9-10 tonna hozam hektáronként. Kedvezőtlen időjárási feltételek között a sokszor a 6-7 tonna is nagyon jó eredménynek számít.



Forrás: A kérdőívek alapján saját szerkesztés

2. ábra: Az optimális termésmennyiség alakulása hektáronként

A hektáronkénti költség és hozam mellett a szőlőtermelők helyzetét meghatározza az, hogy a költségmegtérülés hogyan alakul. E tekintetben a válaszadók egybehangzó véleménye az, hogy a szőlő felvásárlási ára nem fedezi a költségeket. E kedvezőtlen jövedelmi feltétellel együtt jár a kiszolgáltatottság az értékesítés területén. A szőlőtermelők nagyon függnek a szőlőfeldolgozóktól, általában nincsenek szerződések. Az összes kérdőív közül összesen 1 db tartalmazott olyan választ, hogy a termelő szerződést kötött, de az is csak egy évre szól. A válaszok szerint a szőlőtermelők teljesen elégedetlenek az anyagi biztonságukkal.

A *termékpálya vizsgálat* NAGY-KOVÁCS-VARGA (2010), valamint NAGY-KOVÁCS (2011) megállapításaihoz hasonlóan a vertikumon belüli kiegyensúlyozatlanságot és kiszolgáltatottságot mutatja. A vizsgált területen két nagy pincészet van, amelyek összehangol(hat)ják piaci magatartásukat és kihasznál(hat)ják a szőlőtermelők kiszolgáltatott helyzetét, lenyomják az árakat. Akinek nincs pincéje, feldolgozást nem végez, az kiszolgáltatott a feldolgozónak, mert a szőlő rövid idő alatt romló termék, veszíthet súlyából vagy minőségéből, ezért gyorsan át kell adni a feldolgozó borászoknak. A szőlőtermelő kiszolgáltatott az inputok beszerzésekor is. Viselnie kell azt a terhet, amit a termelés input árainak emelkedése és az output árak változatlansága, vagy csökkenése okoz. Ezt nem tudja tovább hárítani senkire sem. Már az is komoly eredménynek számít, ha szőlőjét átveszik és nincs vesztesége az egész évi munkáján.

A feldolgozó sincs könnyű helyzetben, mert – kivéve a közvetlen pincei boreladásokat – leginkább a kereskedő határozza meg az árakat. A

feldolgozónak ezzel együtt is van azonban lehetősége jövedelmet realizálni. Előre kalkulálhatja a palackok árát, éppen ezért olyan árat állapíthat meg a szőlőre, hogy maradjon jövedelme. (KISPÁL 2011) Sajátos helyzet a szakmában, hogy a szőlőtermelőket is nagyjából a borászok képviselik, és mert részérdekeik ütköznek, nem igazán tudják ellátni a termelői érdekképviseletet (NAGY-KOVÁCS 2011). Kevés olyan gazdálkodó van, aki termelő és feldolgozó is egyben. Olyan pedig még kevesebb, aki átfogja az egész vertikumot.

A 2. táblázat a preferencia mátrixot tartalmazza, amely számokban fejezi ki az egyes fontosabb tényezők értékét. Az 1 a legrosszabb, az 5 a legjobb értéket jelenti egy adott feltételre vonatkozóan. A végösszegek a termelőtől az értékesítőig növekednek, ami jelzi, hogy az értékelési tényezők alapján a termelő van a legrosszabb, az értékesítő a legjobb helyzetben (GÁL 2009); (SOLTÉSZ 2009).

2. táblázat: Preferencia mátrix vertikum szereplőiről

Értékelési tényezők	Súly	Termelő	Feldolgozó	Értékesítő
Mobilitás	5	1	2	5
Tőkelekötés nagysága	5	1	3	5
Kockázat	3	1	2	4
Hozzáadott érték	3	1	3	4
Befolyásoló tényezők száma	3	1	2	5
Jövedelmezőség	3	1	2	4
Kiszámíthatóság	2	1	2	5
Eredmény	-	24	56	111

Forrás: A kérdőívek, mélyinterjúk alapján saját szerkesztés

A szempontok közül három értékelési tényezőt emelünk ki. A mobilitás fontos, mert míg a szőlőtermelői tevékenység földhöz kötött, addig a feldolgozónál és az értékesítőnél ilyen feltétel nincs, vagy kevésbé érvényesül. Kereshetnek olyan piacot, ahol többet fizetnek a termékekért, vagy kevesebbet kell adni az alapanyagért. Az ültetvénylétesítés hosszú távra szóló gazdasági döntés és jelentős tőkelekötéssel jár. A termőre forduláshoz legalább 5 év kell, ami a finanszírozás szempontjából kedvezőtlen. Ez alatt az ültetvény „csak viszi a pénzt”, és 5 év alatt nagyon sok minden megváltozhat. A megtérüléshez egy minimális haszon mellett jóval több évre van szükség. Az ültetvény körülbelül 20-25 évig használható, azután ha nincs rendszeren ápolva, hamar elöregszik, és ismét csak viszi a pénzt (KISPÁL 2009). A kockázat a bizonytalanságból ered, ami függ az időtől is. A szőlőtermelés a hosszú időtáv miatt is kiszámíthatatlanabb, nagyon kockázatos tevékenység.

A feldolgozó mobilitása, a termékpályára gyakorolt nagyobb hatása miatt kisebb kockázatot visel.

A *modellszámítás eredményeit* a 3. táblázat foglalja össze. A kalkuláció a 2009. évi adatok alapján készült, a területre jellemző ráfordítás árak és szőlő értékesítési ár figyelembevételével. A számítás további feltételezései a következők voltak: az ültetvény már legalább 5 éves, a borvidéken legelterjedtebb művelési módot alkalmazzák, fajta a területen uralkodó Kékfrankos, 8 tonnás hektáronkénti termés, optimális időjárási körülmények és művelési időpontok.

A szőlőtermelés előbbi jellemzőkkel számított eredménye veszteséget jelez. Az a termelő, akinek nincs lehetősége a szőlő feldolgozására, hosszú távon nem képes finanszírozni a működést sem. A modellszámítás igazolja a kérdőíves felmérésből megismert viszonyokat. A ráfizetés – egy szélesebb adatbázisra épülő elemzés (DUPCSÁK et al. 2011) alapján – meghaladja a meghatározó árutermelő gazdaságok 2009. évi negatív ágazati eredményét. Ez részben magyarázza, hogy a termelők miért döntenek a kivágás mellett. Egyesek ezt pályázati pénzek felhasználásával, mások a nélkül teszik. Céljuk az, hogy megszabaduljanak a terhektől. A Csongrádi Hegyközség területéből a szőlőszövetkezeti tagok szövetkezetük megalakulásánál 400 hektárnyi szőlőültetvénytel rendelkeztek. Húsz év alatt e területből jelenleg 280 hektáron van szőlőültetvény, a többit már kivágták.

Gépi betakarítással a veszteség valamelyest csökkenthető. A területi feltételek lehetőséget adnak arra, hogy a gépi szüretet alkalmazzák. A géppel történő betakarításhoz azonban nem elég csak a sík terület. Követelmény a megfelelő támrendszer és a megfelelő érési idő is. A gépi szüretet olyan szőlőfajtáknál szokás alkalmazni, melyek kisebb fürtűek és ezért a kézi szedés tovább tartana, költségesebb lenne. Amikor természeti csapás éri a szőlőt, nem érdemes a gépi szüretet választani, mert akkor ellenkezően hat, növeli a fajlagos költségeket.

3. táblázat: **A modellszámítás eredményei**

Megnevezés	Kézi szürettel Ft/ha	Gépi szürettel Ft/ha	Kézi szürettel Ft/kg	Gépi szürettel Ft/kg
Termelési érték	321 440	321 440	40,18	40,18
Összköltség	539 060	492 660	67,00	62,00
Eredmény	-217 620	-171 220	-27,00	-22,00

Forrás: A mélyinterjúk alapján saját számítás

Következtetések

Az eredmények összegzése alapján megállapítható, hogy a vizsgálatba vont csongrádi termelők helyzete a jó termőhelyi feltételek ellenére sem tekinthető stabilnak. Azok a kedvezőtlen folyamatok, amelyek más borvidékeken is végbemennek, e termőhelyen is hátrányosan érintik a szőlőtermelést. A termelők gazdasági helyzete nagyon rossz, ezt a kérdőíves felmérés és a modellszámítás eredménye egyaránt igazolja. A veszteséges termelés a termelőalapok teljes leépüléséhez vezethet. Az ágazatban nagyon nagy a függőség a külső tényezőktől, nagy a kockázat és nincs partner a nehézségek leküzdésében.

A helyzet megváltoztatásában éppen ezért a központi szabályozásnak és a termékpálya szereplőinek egyaránt van teendője. A vertikum egésze szempontjából fontos lenne, hogy a nemzeti hatáskörbe tartozó szabályozás, valamint az ellenőrzés újragondolásra kerüljön. Feladat a szőlő nyilvántartási rendszer kiterjesztése és folyamatos aktualizálása, mert csak a rendszerben szereplő területeket kontrollja kehet kellően hatékony.

Egyes uniós országok gyakorlatában már bevált integrációs ár elvét Magyarországon is célszerű lenne alkalmazni. Az általános gazdasági feltételek és ezzel együtt a lakosság életfeltételeinek javulása a fogyasztást, így a minőségi borok iránti igényt is megnövelheti.

A működés finanszírozhatóságának egyik alapfeltétele a pályázati pénzek kifizetésének „felgyorsítása”, mert a kifizetéseket akár több évig is képesek elhúzni a hivatalok. A termelő így nem tud tervezni és gyakran újabb hiteleket kell felvennie annak érdekében, hogy önmagát és ültetvényét fenntartsa. Természetesen erre csak akkor van lehetősége, ha ilyen helyzetben egyáltalán kölcsönhöz juthat. A finanszírozási lehetőségek javítását jól szolgálhatná egy valóban működő speciális agrárbank, amely figyelembe veszi a mezőgazdaság sajátosságait. Ebbe az irányba már történtek előre lépések.

A Csongrádi borvidék alulpozícionált. A fogyasztók bizalmatlanok a vidék boraival szemben, nem hiszik el, hogy egyes csongrádi borok legalább olyan jók lehetnek, mint a nagyobb, nevesebb borvidékek borai. A 1970-es évek óta olyan technológiaváltás ment végbe, amely a minőségi borok előállítását helyezte előtérbe. Ezt kommunikálni kellene, melyhez egységes koncepcióra, arculatra, jól megszervezett marketing kampányra van szükség. Érdemes lenne ezért tanulmányozni a sikeresebb szőlőtermelő helyek marketing stratégiáit. Amennyiben az új pozícionálás sikeres, talán maradhat haszon a szőlőtermelésen is.

Az információáramlás javításában történt már előre lépés, de valójában a gyakorlatban még nem sikerült elérni, hogy a szükséges információ valamennyi termelőhöz eljusson, ne csak azokhoz a borászokhoz, akik képviselik őket. A termelőknek gyakrabban kellene szakmai fórumokat tartani helyben is annak érdekében, hogy az információkat meg tudják osztani egymással. Sokszor gondot okoz a termelőknek az információhiány, illetve az, hogy tudják, az információért el kell menni például a Duna Borrégió konferenciára, mert nem jut el az információ a Csongrádi borvidékig. A tájékoztatás céljára létrejött honlapokat rendszeresen frissíteni szükséges.

A SWOT analízisben leírt lehetőségekkel élni kellene. Több pincészetre lenne szükség a területen, olyan környezetre, ami elősegíti a szőlőtermelők és feldolgozók megmaradását. A borturizmus fejlesztése is kitörési pont lehet, ki kellene használni a kedvező természeti adottságokat. A köztudatba be kellene vinni ismét a „bor szeretet” és a bor jótékony hatásait. Nagyobb figyelmet kellene fordítani arra, hogy a minél több bort lehessen eladni a közelben, mert így ez a pénz is helyben maradna, hozzájárulna a vidék fejlesztéséhez. A szakmailag hiteles személyeket segíteni kellene abban, hogy a fiatalabb generációknak át tudják adni tudásuk legjavát. Ezt még azelőtt kéne megtenni, mielőtt végleg kihal ez a szép és hagyományos szakma.

A költségeket a termelők úgy tudnák csökkenteni, ha közösen vennének egy szüretelő gépet és ezt meghatározott időintervallumban használnák. A vegyszerek esetében is élnének a közös beszerzés lehetőségével, mert a nagyobb beszerzési tételek alapján jelentős kedvezményeket vehetnének igénybe.

Célszerű lenne kialakítani, megszervezni olyan szakmai „brigádokat”, amelyek a szőlő munkálatait végeznék. Ezzel elérhetővé válna, hogy a termelőnek ne kelljen napokat azzal töltenie, hogy megtalálja azokat az embereket, akik tudnak segíteni, hajlandóak dolgozni és nem okoznak kárt a szőlőben.

Az eredetvédelemre folyamatos figyelmet kell fordítania az országnak, az ellenőrző hivataloknak és a termelőknek egyaránt. Segíteni szükséges a lakosságot abban, hogy az új EU-s borkategóriák alkalmazásakor is meg tudja majd megkülönböztetni a borokat minőségük szerint.

Hivatkozott források:

- [1.] Bálint Gy. (2010): A csongrádi szőlők 40 százalékában tett kárt a hőség. www.delmagyar.hu. 2010.01.16.
- [2.] Blahó G. (2010): Egymillió liter csongrádi bor fogyott tavaly. www.delmagyar.hu. 2010. 01.16.
- [3.] Dupcsák ZS.- Kerek Z.- Marselek S. (2011): A szőlő- és bortermelés helyzete, lehetőségei. Őstermelő. Gazdálkodók Lapja 2.szám 61-65 p.
- [4.] Gál Cs. (2009): Dunabor Magazin 2009. június 2. szám 11-15. p.
- [5.] Géczi L. (2010): Köszöntő. www.csongradiborvidek.hu. 2010.10.3.
- [6.] Kispál S. (2009) mélyinterjú, személyes közlés
- [7.] Kispál S. (2010) személyes közlés
- [8.] Kispál S. (2011) személyes közlés
- [9.] Miller Gy. (2009) személyes közlés
- [10.] Nagy-Kovács E. - Varga T. (2010): Ártranszmisszió a szőlő-borvertikum piaci szereplői között. XII: Nemzetközi Tudományos Napok. Gyöngyös. 528-535. p.
- [11.] Nagy-Kovács E. (2011): A szőlő- és a bortermékpálya jövedelmezőségének vizsgálata; Doktori értekezés. Gödöllő. 121 p.
- [12.] Németh G. (2010): A borpiac nem bírja a magas árakat, a kicsik tönkremennek. www.szoljon.hu. 2010.09.25.
- [13.] Papp F. (2010): Csongrádi Hegyközség hegybírójának mélyinterjúja, személyes közlése
- [14.] Papp F. (2010): Csongrádi szüret. www.csongradiborvidek.hu. 2010.09.22.
- [15.] Soltész M. (2009): Bajban a magyarországi gyümölcs- és zöldségtermelők- www.barikad.hu. 2010.09.22.
- [16.] Mezőgazdaság, 2008. KSH internetes kiadvány 2009. július

Szerzők:

Kispál Gabriella

Vállalkozásfejlesztés MA

kgabriella12@gmail.com

Dr. Liebmann Lajos, CSc

Egyetemi docens

Károly Róbert Főiskola

Vállalatgazdaságtan Tanszék

lliebmann@karolyrobert.hu

AZ AKADÁLYMENTESÍTÉS GYAKORLATA A TAMÁSIBAN MEGVALÓSULÓ ABILITY PROJEKT PÉLDÁJÁN

KISS NIKOLETTA
DÁVID LÓRÁNT

Összefoglalás

Az ENSZ felmérése szerint 650 millió fogyatékkal élő ember él világszerte, ebből Európában 50 millió. Magyarország tekintetében a fogyatékosok száma 2001-ben 577 ezer fő volt, ami a lakosság 5,77%-át teszi ki. Ezen számok az akadálymentes turizmus kínálati szektorra történő vetítésével igen kedvezőtlen eredményeket mutatnak. A fogyatékkal élőknek – legyenek mozgáskorlátozottak, halláskárosultak, látáskárosultak – sajnos csekély lehetőségei vannak hazánkban az utazásra, pihenésre, „nyaralásra”, rehabilitációra. A téma fontosságára a Tamásiban megvalósuló Ability Park mintaprojekt példáján keresztül szeretnék rávilágítani (mind gazdasági, mind a fogyatékkal élők, mind Magyarországon létrejövő eddig egyedülálló turisztikai termék szempontjából), egyfajta szemléletformálódást szeretnék kiváltani, mivel a fogyatékkal élőknek is ugyanolyan joguk van a teljes életet élni, mint bárki másnak.

Kulcsszavak

esélyegyenlőség, akadálymentes turizmus, fogyatékkal élő, szálloda, fürdő

Abstract

The ENSZ survey showed that 650 million people live with disabilities worldwide, of which 50 million in Europe. Concerning Hungary, the number of disabled people was 577 thousand in 2001, which is 5.77% of the total population. These numbers show very negative results in the tourism sector in the supply projection.

People with disabilities - to be physically disabled, hearing impaired, visually impaired - unfortunately in our country have limited opportunities to travel, recreate go on "holiday" and for rehabilitation. In my thesis about the "Ability Park Tamási implemented pilot project I will highlight the importance of this sector of tourism (both economically and for people with disabilities, to be created in Hungary concerning a unique tourism product), I want to replace the kind of attitudes, because as people with disabilities are entitled to full life like everyone else.

Key words

equal opportunity, accessible tourism, disabilities, hotel, bath

Bevezetés

Magyarországon napjainkban az egyik legjobban fejlődő és legjelentősebb gazdasági ágazat a turizmus. Országunk földrajzi fekvését és speciális adottságait figyelembe véve indokolt ezen ágazat dinamikus fejlesztése. A világ turisztikai kínálata igen sokrétű, ebből kifolyólag mindenképpen egyedi, nem tömegesen megjelenő turisztikai termékek fejlesztésére kell koncentrálnunk. Jelen tanulmánnyal elsődleges célom, hogy szeretném felhívni a figyelmet a fogyatékkal élők igényeire, az akadálymentes turizmus fontosságára. A segítséggel élők utaztatása, üdültetése világszerte sikeres üzleti vállalkozásnak számít, hazánkban ezen iparág még igencsak gyermekcipőben jár, betöltetlen piaci rést jelent. Primer kutatás keretén belül elemzésre kerül ezen termékekben rejlő lehetőségek mind a keresleti, mind a kínálati oldalán állók szemszögéből. A kutatás eredményeként, a kérdőívek kiértékelésével bizonyosságot nyer az is, hogy a szóban forgó célcsoportnak igenis lenne magasabb színvonalú, akadálymentes turisztikai szolgáltatások iránti igénye.

Magyarországon az egyenlő esélyű hozzáférés megteremtésének nehézségét nemcsak a turizmus és a szabadidő-ipar ez irányú kínálatának szűkössége jelenti, hanem az idősek és fogyatékkal élők integrációja és társadalmi elfogadása is. A legtöbb ember számára csak akkor tűnik fel a jelenlétük, ha ismeretségi körükben, vagy éppen saját maguk szenvednek balesetet, vagy élnek át betegséget, melynek következtében valamely teljes, akadálymentes élet éléséhez szükséges képességük csökken.

A fogyatékkal élőknek – legyenek mozgáskorlátozottak, halláskárosultak, látáskárosultak – sajnos csekély lehetőségei vannak hazánkban az utazásra, pihenésre, „nyaralásra”, rehabilitációra. Az Országos Egészségbiztosítási Pénztár (OEP), rajta keresztül az állam ezen személyeket még ma is betegként kezeli, ellátásuk tünetnyhításában vagy alapfelszerelésekkel való ellátásban merül ki. Az akadálymentesség biztosításán túl további nehézséget jelent, hogy nagyon kevés információ áll rendelkezésükre: a prospektusokban, weboldalakon és az utazási irodákban sem nyújtanak számukra elegendő információt utazásaik lebonyolításához. Alapproblémának tekinthető továbbá, hogy különösen a történelmi és kulturális nevezetességekhez, látnivalókhoz nehéz a hozzáférés egy mozgássérült személy számára, és hasonló nehézségekkel küzdenek akkor is, ha egy szabadidőközpont szolgáltatásait szeretnék igénybe venni.

A Tamásiban megvalósuló Ability Park mintaprojekt példáján keresztül kívánunk rávilágítani ezen turisztikai szektor fontosságára. A komplexum egyedülálló, magas színvonalú szolgáltatást fog nyújtani a hazai és külföldi fogyatékkal élők részére, ahol szeretteikkel, családjukkal, barátaikkal együtt kikapcsolódva részesülhetnek teljes ellátásban, valamint sportolási lehetőséghez juthatnak. A projekt teljes megvalósulása komoly keresletet támaszt nem csak Magyarországon, hanem Európa többi országában is.

Kutatási módszer

A fejlesztési igény megalapozottságát primer és szekunder kutatási eszközök igénybevételeivel került bemutatásra. A kutatás elsődleges célja a fogyatékos emberek speciális szükségleteinek és a számukra biztosított turisztikai szolgáltatásokhoz való hozzáférés lehetőségének felmérése. További célok, olyan információk gyűjtése, melyek megalapozhatják a fogyatékkal élő emberek helyzetének javítására irányuló társadalmi tervezést. Szeretnénk bebizonyítani, hogy a fogyatékkal élő embereknek is ugyanolyan igényük van a turizmushoz történő egyenlő esélyű hozzáféréshez, mint az egészségeseknek.

A kutatás módszere

Primer és szekunder kutatás

A kutatás során mind kínálati, mind keresleti szempontból bemutatásra kerül ezen turisztikai termék szükségessége. A primer és a szekunder kutatás eredményeként az alábbi kérdésekre szeretném megtalálni a választ:

- Milyen lehetőségei vannak a fogyatékkal élőknek a turizmusban?
- Magyarországon ezen iparággal kapcsolatban miért van piaci rés?
- Rendelkezésre álló kínálat?
- Releváns kereslet?
- Hogyan viszonyulnak az egészséges emberek a fogyatékkal élőkhez?
- Milyen tapasztalatokkal rendelkeznek a fogyatékkal élők?
- Milyen szolgáltatásokat vennének szívesen igénybe utazásaik során?

A primer kutatás során kérdőíves illetve mélyinterjú információgyűjtés történt. A kérdőíveket a négy fogyatékosági csoport (mozgássérültek, látássérültek, hallássérültek, értelmi fogyatékosággal élők) tagjainak került eljuttatásra Interneten keresztül. A kérdőívek kitöltése előtt egy adatbázis készült a fogyatékkal élő emberekkel foglalkozó alapítványokról, szervezetekről. A listán szereplő szervezetek (80 db) vezetőinek került

kiküldésre az online elérhető kérdőív elérhetőségét tartalmazó e-mailt és a segítségüket kértem, hogy juttassák el az érintetteknek, illetve szükség esetén segítsenek a kitöltésben. Összesen 148 kitöltött kérdőív érkezett vissza, ebből 110 értékelhető. Ezen felül az elsődleges kutatás keretén belül másfél órás mélyinterjút készítettünk Bodor Zoltán rehabilitációs szakmérnökkel, aki kerekesszékekhez kötöten élni mindennapjait, releváns tapasztalatokkal és rálátással rendelkezik az akadálymentes turizmus témakörében. Interjú készült még Hirt Ferenc kerekesszékekhez kötött országgyűlési képviselővel, aki megálmodója volt a Tamásiban létrejövő Ability Projektnek. Információi abszolút naprakészek, többször szeretett volna belföldön teljesen akadálymentes körülmények között igénybe venni néhány turisztikai szolgáltatást, programot, vajmi kevés sikerrel. Több éve kizárólag külföldre jár pihenni. Képviselőségéből adódóan minden szinten átlátja a fogyatékkal élők problémáját. Közös interjú készült még az Ability projekt vezetőjével Szántó Zoltánnal és a létesítmények (fürdő és szálloda) tervezőjével, Tulok Istvánnal (OPUS-DUO Kft).

A vizsgálat eredményei

- A fogyatékosági állapot miatti szegregáció számos esetben oka a turisztikai célú tervek meghúzásának és a szolgáltatások (városnézés, fürdőzés, kulturális programokon való részvétel) nem igénybe vételének. Az utóbbinál a legtöbb esetben az akadálymentes megközelíthetőség, használhatóság is hátráltató tényezőként jelenik meg.
- A mintába bekerülők nagy részének a szálláshely teljes akadálymentességének hiánya nehézséget jelent. Általában a fogyatékkal élők nem egy napos utazásokat terveznek, nem azért utaznak pihenni, hogy a szálláshely szobáján kívül más szolgáltatást ne tudjanak kellemetlenségek nélkül igénybe venni, beleértve az étkezési szolgáltatást is!
- Közlekedési eszközök akadálymentességének hiánya jelentős visszatartó erőt jelent.
- A válaszadók döntő többsége legalább évente egyszer igénybe venne számára megfelelő turisztikai szolgáltatásokat, több forrás felhasználásával finanszírozni is tudná ezen tevékenységet. Ezt a feltételezést az is bizonyítja, hogy a válaszadók jó része rendelkezik állandó munkahellyel.
- Az akadálymentes turizmus fejlesztésének elkerülhetetlen eleme a szemléletformálás, ennek egyik eszköze lehet integrált szolgáltatások kialakítása, programlehetőségek megvalósítása (pl.: Ability projekt).

- A hazai turizmus kínálati és keresleti oldalának is érdeke lenne az akadálymentes turizmus fejlesztése, ezáltal a fogyatékkal élők számára az esélyegyenlőség megteremtése.
- A létesítmények tervezési fázisában minden tényezőre kiemelt figyelmet kellene fordítani
- A szállodai minősítés során nagyobb figyelmet kellene fordítani arra, hogy a részleges akadálymentességgel jelölt szolgáltatások, létesítmények esetében a jelölés ne csak a szállodai szoba használhatóságát foglalja magába

Következtetések

Nem szabad elfelejteni azt a tényt, hogy ha egy fogyatékkal élő utazni indul, akkor nagy eséllyel nem egy napra indul el. A sérült emberek fogadására és kiszolgálására alkalmas létesítmények (éttermek, szállodák, stb.) száma még Európa más országaiban is viszonylag kevés, ezért lehetséges, hogy az elutazó mozgássérültek mindösszesen fele tölt legalább egy éjszakát kereskedelmi szálláshelyen. Ezen emberek másik fele egynapos kirándulás keretében válik turisztikai célcsoporttá.

Másik nagyon fontos érv a célcsoport igényeinek kielégítése mellett, hogy az említett célcsoport nem csak a 36 millió mozgáskorlátozott személyből, hanem a multiplikátor hatást figyelembe véve az őket kísérőkből is áll(hat). Ide tartoznak a szülők, testvérek, nagyszülők, barátok, élettársak, házastársak. Ehhez a célcsoporthoz még kapcsolódhatnak olyan (65 év feletti) nyugdíjasok is, akik a mozgássérültekéhez hasonló igényekkel rendelkeznek egy-egy utazás során.

A turisztikai kínálat elemzése során megállapíthatjuk, hogy a fogyatékkal élő utazók a mai napig rengeteg problémával találkoznak egy-egy utazás során. A legnagyobb nehézség számukra általában a pihenőhely hozzáférhetősége és az ott adódó akadályok. Problémák jelentkezhetnek már az utazás alkalmával a vonaton, a repülőgépen és a buszokon is, csak úgy, mint az éttermekben, a szállodákban és a pihenőhelyek nyilvános mosdóiban is. További nehézséget jelent a fogyatékos emberek számára, hogy nagyon kevés információ áll rendelkezésükre: a prospektusokban, a weboldalakon és az utazási irodákban nem nyújtanak számukra elegendő információt utazásaik lebonyolításához. Alapproblémának tekinthető továbbá, hogy különösen a történelmi és kulturális nevezetességekhez, látnivalókhoz nehéz a hozzáférés egy mozgássérült személy számára, és hasonló nehézséggel küzdenek akkor is, ha egy szabadidőközpont szolgáltatásait szeretnék igénybe venni.

Összegzően tehát kijelenthetjük, hogy a 476. 000 mozgáskorlátozott ember, melyből 24.300 személy kerekesszéssel él, nagy piaci keresletet jelent a turizmus ezen területén. Kiemelt feladatot a társadalmi kirekesztés csökkentése, az akadályok és korlátok megszüntetése, a mobilitás elősegítése, valamint az információs technológia nyújtotta lehetőségek kiaknázása jelenti.

A vizsgálat eredményeire hivatkozva a Tamásiban megvalósuló Ability projekt bemutatása

Magyarországon jelenleg a mozgássérültek fogadására specializálódott gyógyfürdő nem létezik, ezért az alábbiakban bemutatásra kerülő fejlesztés Ability részének hazánkban nem lehet versenytársa. A primer- és szekunder kutatásaim eredményeit tekintve a fogyatékkal élők számára jelenleg igen kevés kínálati elem áll rendelkezésére. Az Ability projekt egy olyan speciális, rájuk szabott egészségturisztikai szolgáltatást kíván nyújtani, amelyet akadálytalanul képesek használni.

A projekt megvalósításának központi eleme kerekesszékes, mozgáskorlátozott turisták igényeihez igazodó szolgáltatások és infrastruktúra kialakítása. Ezen kezdeményezés példaértékű a mozgássérültek integrációjának megvalósításában az egészségturisztikai kínálatot tekintve, egy méltatlanul és indokolatlanul háttérbe szorított célcsoportra hívva fel a figyelmet országos szinten.

Teljesen akadálymentesített fürdő

A beruházást röviden összefoglalva egy fürdő lesz, ahol az odalátogató halláskárosult, gyengén látó és mozgáskorlátozott emberek megkapják a lehetőséget, hogy különböző segédeszközök használata nélkül önerejükben képesek legyenek használni a kínált szolgáltatásokat. Külön kiemelő, hogy mindenki számára megadatik a lehetőség, mert általában ilyen esetekben az akadálymentesítés egyenlő a mozgáskorlátozottak számára biztosított kialakításokkal. A vakokat Braille írás, és tájékozódást segítő eszközök, míg a hallássérülteket jeltolmács és indukciós hurok fogja segíteni a tájékozódásban.

Teljesen akadálymentesített szálloda

A ****-os szálloda minden egyes szolgáltatása és vendégszobája elérhető lesz a fogyatékkal élők számára. Megállapítható, hogy a szálloda beruházás eszmeiségével és szolgáltatási körével egyedülállónak tekinthető Magyarországon. Ilyen mértékű akadálymentesítéssel rendelkező szálloda egyelőre nem ismert, de létjogosultsága nem vitatható, tekintettel az e

témában való lemaradásunkra. Minden szoba és közösségi tér alkalmas lesz átlagos vendégek fogadására is, az üzemeltetést nem korlátozza a létesítmény specialitása, egyedi jellegzetessége.

Teljesen akadálymentesített sportkomplexum

Az Ability projekt III. ütemében fog megvalósulni egy sportlétesítmény, ami egyéni arculatát tekintve tipikusan a fogyatékkal élők igényeire és mozgásterületére épülő szolgáltatáscsomagot jelent. Ez a projekt I. és II. ütemével együtt magában foglalja az egyszerű rekreációs igénnyel érkező fogyatékkal élők keresletének megfelelő szolgáltatást, de megvalósítja a speciálisan sportolni szándékozó és paraolimpiára készülő csapatok felkészülését is. Ennek megfelelően kialakításra kerülnek a speciális geometriájú és kiegészítőkkal rendelkező téli- és nyári sportlétesítmények.

Hivatkozott források:

- [1.] Cole S. – Morgan N. (2010): *Tourismus and Inequality: Problems and Prospects*. 224 p.
- [2.] Dézsi B. (2004): *Tanulmány az Országos Fogyatékosügyi Portálhoz*
- [3.] Chikán Cs. In.
http://www.meoszinfo.hu/books/chikan_esely/csiktart.htm#t1
(letöltve: 2011. február 20.)
- [4.] http://3.bp.blogspot.com/_G358MAcZDj4/TUnMyqyPYwI/AAAAAAAKc/0b1u6yiMY5Y/s1600/Ian+Chill+Muzza_100427_6327.jpg
(letöltve:2011. március 29.)
- [5.] http://hu.wikipedia.org/wiki/Akadálymentes_turizmus (letöltve: 2011. március 12.)
- [6.] http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=99700253.KOR
(letöltve: 2011. március 9.)
- [7.] http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=99800026.TV
(letöltve: 2011. március 9.)
- [8.] <http://unwto.org/> (letöltve: 2011. április 5.)
- [9.] <http://www.accessibletourism.org/> (letöltve: 2011. április 5.)
- [10.] <http://www.asianoffbeat.com/Top10Lists/Aurum-Wheelchair-Restaurant.jpg> (letöltve: 2011. március 29.)
- [11.] <http://www.bits-int.org/fr/> (letöltve: 2011. április 5.)
- [12.] <http://www.nepszamlalas.hu/hun/kotetek/12/tablak02.html> (letöltve: 2011. március 10.)
- [13.] http://www.nfu.hu/download/33377/ROP%20APU_mell%2008_esely_egyenlosegi%20utmutato.pdf (letöltve: 2011. március 12.)
- [14.] <http://www.origo.hu/utazas/20100104-lathatatlan-vilagok-utazasok-latasserulteknek.html> (letöltve: 2011. március 10.)
- [15.] <http://www.tamasistrand.hu/index.php?mid=2>
(letöltve: 2011. április 2.)
- [16.] <http://www.ttghungary.hu/modules/foldertree/versions/1/view.php?type=7&nid=1219&PHPSESSID=846156dc7c99a4d80f3a70287634b433> (letöltve: 2011. március 10.)
- [17.] <http://www.wheelchairtours.com/images/page1.jpg> (letöltve: 2011. március 29.)

-
- [18.] Michalkó G. – Rátz T. (2009): A tér vonzásában: a turisztikai termékfejlesztés térspecifikus vonásai. Székesfehérvár, Budapest: Kodolányi János Főiskola – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet. (Turizmus Akadémia; 4.) 303 p.
- [19.] Michalkó G. (2004): A turizmuselmélet alapjai. Székesfehérvár: Kodolányi János Főiskola (Turizmus Akadémia; 1.) 218 p.
- [20.] Öllős L. (2003): A jogok és az esélyegyenlőség. Társadalomtudományi szemle 2003/4. p.19.
- [21.] Rátz T. (2001): Zennis és Lomi Lomi avagy új trendek az egészségturizmusban. Turizmus Bulletin 5:(4) pp. 7-16.
- [22.] Smith M. – Puczkó L. (2010): Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika. Budapest, Akadémiai Kiadó 427 p.
- [23.] Udo Wilken (2002): Tourismus und Behinderung: Ein sozialdidaktisches Kursbuch zum Reisen von Menschen mit Handicaps 275 p.
- [24.] Végh Zs. (2004): A segítséggel élők turisztikai lehetőségei Magyarországon. Turizmus Bulletin 8:(4) pp. 14-19.
- [25.] Wagner Zs.
In.http://turizmus.com/cikk/index/13/10002/turizmus_hirek/1904?CAKEPHP=1b4de2760fef3cd96fd9c3eaa1562631 (letöltve: 2011. március 10.)

Egyéb források:

Onix Stúdió Kft. Ability Projekt Tendertervei
Tamási Innovációs Központ Nkft. adatbázisa
Ecosysplan Mérnöki Iroda – Kiviteli tervdokumentáció (2009)

Szerzők

Kiss Nikoletta

Turisztikai projektmenedzser
Tamási Innovációs Központ NKft.
kiss.nikoletta84@gmail.com

Dr. habil Dávid Lóránt

Tanszékvezető főiskolai tanár, szakfelelős
Károly Róbert Főiskola
Turizmus és Területfejlesztési Tanszék
davidlo@karolyrobert.hu

A KÖZÚTI ÁRUSZÁLLÍTÁS KÁROSANYAG- KIBOCSÁTÁSÁNAK CSÖKKENTÉSI LEHETŐSÉGEI A JÁRMŰGYÁRTÓ SZEMSZÖGÉBŐL

MIHÁLY LÁSZLÓ
MILLER GYÖRGY

Összefoglalás

Mivel a szállítási ágazat adja a világ károsanyag-kibocsátásának közel 20%-át, e területen sem kerülhető el a fejlesztés és a szabályozás. Ahhoz, hogy a boltok polcai megteljenek áruval, a szállításból adódó környezeti terhelést nem lehet megakadályozni. Ha megszüntetni nem tudjuk, meg kell próbálnunk csökkenteni azt. Dolgozatunkban azzal foglalkozunk, hogy ezt a csökkenést milyen módszerekkel és technológiákkal lehet elősegíteni, és ez a Scania tehergépjármű-gyártó márkánál hogyan működik.

Vizsgálatunk kiterjed a fuvarozási tevékenység érintettjeire, és a szereplők lehetséges olyan kapcsolatait is feltárjuk, melyek hozzájárulnak a környezeti terhelés csökkentéséhez. Megállapításainkban megtérülés vizsgálatokkal egészítjük ki az érintettek kapcsolatrendszerére vonatkozó következtetéseinket. Számításainkkal alátámasztjuk, hogy a károsanyag-kibocsátás csökkentése az árufuvarozás területén nem feltétlenül jár jelentős költségnövekedéssel.

Kulcsszavak:

környezetvédelem, Scania, kipufogógáz, környezetvédelmi rendszer

Abstract

Since the transport sector is responsible for almost 20 per cent of the exhaust emissions in the world, continuous development and regulations are essential. While there are full shelves in shops, the environmental load of transportation is inevitable. If pollution as such cannot be avoided, we must reduce its rate. This dissertation focuses on the various ways and technologies that can help reduce the rate of exhaust emissions and it also takes a look at the good practice at Scania heavy trucks manufacturer.

Our research includes the examination of people involved in transportation and their possible relationships which could help reduce the rate of environmental load. Conclusions gained from having looked at the relationships of people involved are complemented by return calculation tests. These calculations verify that reducing exhaust emissions does not necessarily mean increase in expenses.

Keywords:

environmental protection, Scania, exhaust, environment system.

Bevezetés

Mi jut eszünkbe, ha kimondjuk azt a szót, hogy környezetvédelem? Elsősorban mindenki a környezetszennyezésre, az esőerdők kivágására, a globális felmelegedésre, a tengerek szennyezésére gondol. De mi van a szavak mögött. Minden esetben az ember, és az emberi szükségletek. Sajnos a termelés, az ipari szektor negatív következménye az, hogy környezetünk egyre jobban károsodik. A tengereket, óceánokat olajjal szennyezzük, a levegőt mérges gázokkal károsítjuk, az élővilágot a termelés és a profitszerzés érdeke miatt pusztítjuk. Persze ezzel a környezetünket tesszük lakhatatlanná, és életünket nehezítjük meg. Az olaj kitermelés nem fog megállni, a gyárak nem állítják le a termelést, így az áruszállítás sem fog leállni. Az árunak a fogyasztóhoz el kell jutnia, a boltok polcait termékekkel fel kell tölteni. Ez csak az áruszállítással oldható meg, és amíg a járművek róják az utakat, természetesen a környezetünket is károsítják. Kutatásunkban azt vizsgáljuk, hogy milyen a közúti szállítási ágazat károsanyag-kibocsátása Európában és Magyarországon, valamint azokra a kérdésekre keressük a választ, hogy mit tud tenni egy járműgyártó a környezet megóvása érdekében, és hol tart a járműtechnológia ma.

Anyag és módszer

A kutatáshoz a Scania Hungária Kft. nyújtott segítséget. A cégnél mélyinterjúkat készítettünk, melyekből származó információkat felhasználtuk a dolgozat elkészítése során. A rendelkezésünkre bocsátott adatok, árajánlatok, dokumentációk birtokában vizsgáltuk meg, hogy a Scania, mint gépjármű gyártó, mit tehet a környezet megóvása érdekében.

A szekunder kutatáshoz felhasznált adatokat az EuroStat, a Német Szövetségi Statisztikai Hivatal és a magyar Központi Statisztikai Hivatal adatbázisaiból gyűjtöttük össze. Az adatok alapján vizsgáltuk meg a szállítási ágazatok teljesítményének megoszlását és változását, valamint a károsanyag-kibocsátás mai viszonyait az Európai Unió 27 tagállamában és Magyarországon egyaránt. Ezt követően az egyes jármű változatok technológiai különbségéből adódó árkülönbségeket elemeztük. Kíváncsiak voltunk arra, hogy hogyan térül meg a használat során igénybe vehető kedvezményekből a felár. Fajlagos költségeket számítottunk az egyes jármű típusokra, és meghatároztuk azt a futásteljesítményt, mely megtétele után a drágább beszerzési értékű járművet már olcsóbb üzemeltetni.

Eredmények

Szekunder kutatás

A statisztikai adatok áttekintése szerint a magyar áruszállítási ágazatok teljesítménye folyamatosan növekszik. Az Európai Unió irányelve szerint a vasúti áruszállítás teljesítményét kellene növelni, de ehhez ma még hiányosak a feltételek, ezért csak a közúti áruszállítás súlya növekszik. A szállítási teljesítmény növekedéséhez feltételezhetően az is hozzájárul, hogy a szállítványozók, fuvarozók egyre többen vannak a piacon, egyre nő a járművek száma és a járművenként megtett út hossza, viszont az áru mennyisége közel állandó.

1.táblázat: **Közúti áruszállítás teljesítménye Magyarországon (2001-2009)**

Év	Szállított áruk tömege, ezer tonna	Változás az előző évhez képest	Haszonjarművek száma (db)	Fajlagos szállított áruk tömege (tonna/db)	Árutonna - kilométer, millió	Változás az előző évhez képest
2001	246 314	-	-	-	18 503	-
2002	217 099	-11,861%	369 295	587,9	17 143	-7,350%
2003	214 390	-1,248%	377 111	568,5	18 199	6,160%
2004	213 339	-0,490%	378 088	564,3	20 598	13,182%
2005	228 935	7,310%	391 731	584,4	25 138	22,041%
2006	250 801	9,551%	404 888	619,4	30 495	21,310%
2007	243 299	-2,991%	416 045	584,8	35 804	17,409%
2008	258 380	6,199%	424 452	608,7	35 743	-0,170%
2009	229 720	-11,092%	419 416	547,7	35 280	-1,295%

Forrás: http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/tab14_06_06i.html alapján saját szerkesztés

Az elszállított áruk tömegének jelentős megemelkedésének elmaradása a magyar gazdaság teljesítményének stagnálását is jelenti, így amíg az ipari vállalkozások nem képesek a teljesítményüket növelni, addig a piacon lévő egyre több fuvarozó vállalkozás egyre kevesebb árut szállít el fajlagosan és vállalja azt, hogy járművei többnyire alacsony kihasználtság mellett működnek.

Mivel a közúti áruszállítás nagyságrendekkel nagyobb szállítási teljesítményt nyújt Magyarországon, mint az összes többi szállítási alágazat, ezért indokolt a közúti szállítás károsanyag-kibocsátásának vizsgálata, és a csökkentési lehetőségeinek feltérképezése. Természetesen Magyarország mellett az Európai Unióban is vizsgáltuk a károsanyag-kibocsátás alakulását. Sajnos Európában és Magyarországon is folyamatosan nő az üvegházhatású, káros gázok kibocsátása a szállítás területén. Az elmúlt 12 évben több mint 100

millió tonnával nőtt az Európai Unió területén, Magyarországon pedig közel kétszeresére növekedett az értéke.

Ha azt vizsgáljuk, hogy ebből mekkora a közúti áruszállítás károsanyag-kibocsátása, a helyzet még elkésőbb. A következő táblázatban kigyűjtöttük a közúti áruszállítás károsanyag-kibocsátását.

2.táblázat: Közúti áruszállító járművek károsanyag-kibocsátása az eu27 tagállamokban és Magyarországon (1000 tonna)

Év	Az EU27 közúti szállításán során kibocsátott károsanyag	Magyarországon kibocsátott károsanyagok mennyisége a közúti szállításban	Az EU27 szállítási ágazat károsanyag-kibocsátásának százalékában	Magyarország összes szállításban kibocsátott károsanyag százalékában
1996	805 183,70	6 857,22	93,35%	95,53%
1997	816 005,74	7 287,72	93,47%	95,85%
1998	843 069,22	8 315,99	93,57%	96,43%
1999	860 094,47	8 695,40	93,70%	96,73%
2000	861 339,93	8 676,32	93,85%	97,00%
2001	877 191,07	9 032,96	94,21%	97,37%
2002	890 833,54	9 481,05	94,39%	97,64%
2003	899 806,81	9 799,87	94,34%	97,53%
2004	918 997,57	10 343,46	94,48%	97,95%
2005	917 469,47	12 050,57	94,42%	98,45%
2006	924 180,38	12 483,71	94,54%	98,42%

Forrás: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tsdtr410> alapján saját szerkesztés

A második táblázat alapján megállapítható, hogy a közúti áruszállítás felelős a károsanyag-kibocsátás több mint 90%-ért az áruszállítás területén. Ezek az adatok teljes mértékben alátámasztják azt az elképzelést, hogy vissza kell szorítani a közúti áruszállítást, és előtérbe kell helyezni a kevésbé környezet-terhelő ágazatokat.

A járműgyártó lehetőségei

A Scania, mint más gyártók is, rájött arra, hogy az értékesíteni kívánt járművet, mint minden más beruházást, komplex egészként kell kezelni környezetvédelmi szempontból is. Ezért a járművet egy olyan rendszerként kezeli, melynek elemei maga a jármű, a járművezető és a járműhöz kapcsolódó szolgáltatások.

A Scania által használt korszerű megoldások, melyek mind a kisebb károsanyag-kibocsátást szolgálják, a következők:

- Scania motorvezérlés: optimális működést garantál minden forgalmi szituációban 20 másikkal együttműködve.
- Scania VGT: változó geometriájú turbófeltöltő, mely folyamatosan szabályozza a lehűtött kipufogógáz visszaáramlását a beszívott tiszta levegőbe.
- Scania HPI és XPI: magasnyomású (HPI) és extra magasnyomású (XPI) elektronikus befecskendezési rendszer
- Scania részecskeszűrő: kisebb disztribúciós járműveken használják, az EURO 5 besorolás teljesítése érdekében.
- Scania Opticruise: automatizált váltó-kapcsoló rendszer mely összhangot teremt a váltó és a motor működése között, segítve ezzel a sofőr munkáját, és elősegítve a fogyasztás csökkenését, valamint az emberi hibák minimalizálását.

A felsorolt technológiai megoldások önmagukban nem lennének elegendők a Scaniának, hogy betarthassa az EURO 5-ös emissziós normát. Ennek feltétele a kipufogógáz-visszavezetéses vagy adalékanyag befecskendezéses technológia használata. A kipufogógáz-visszavezetéses rendszer (Scania EGR) fő előnyei, hogy nem igényel adalékot, és nagyobb üzemanyag-tartály szerelhető a járműre a kisebb helyigény miatt. Hátránya, hogy kifinomult, precíz gyártástechnológiát igényel, ezért drágább és érzékeny az üzemanyag kéntartalmára, ezért nem is javasolja a gyár a keleti piacokon. A verseny rákényszeríti a Scaniát arra, hogy adalékkal működő motort is a kínálatban tartson. Így Scania SCR néven AdBlue-t használó motor típusok is megtalálhatók a járműpalettán. A rendszer előnye, hogy olcsóbb, és nem érzékeny az üzemanyag kéntartalmára. Hátránya, hogy az adalékot folyamatosan tankolni kell, mint az üzemanyagot, ezzel plusz ráfordítást jelent az üzembentartónak, valamint az AdBlue tartály jelentős súlya és helyigénye miatt az üzemanyagtank kisebb.

A gépkocsivezető érzékeny pont a szállítási tevékenységben. Minden esetben a járművezető a kulcs a biztonságos közlekedéshez, a jobb üzemanyag gazdálkodáshoz. A vezetéstechnika fejlesztése csökkenti a jármű igénybevitelét, ezzel együtt elhasználódását, és magasabb jövedelmezőséget biztosít a fuvarozó cégnek. A Scania módszere a járművezetési tréning, mely elméleti és gyakorlati oktatásból áll.

Az üzemanyag-fogyasztás csökkentése érdekében a jármű folyamatos karbantartása elengedhetetlen. A Scania márkaszervizek rendszeres látogatása biztosítja, hogy a használt jármű is ugyanolyan hatékonyan működjön, mint az új.

Amellett, hogy a Scania optimalizálja a járművet, mint rendszert, más alternatív megoldásokkal is foglalkozik:

A közúti áruszállítás károsanyag-kibocsátásának csökkentési lehetőségei a járműgyártó szemszögéből

- 25 méteres járműhossz engedélyezése az autópályákon, mely eredményeképpen az egy tonna elszállított árutömegre jutó kibocsátott káros anyag mennyisége jelentősen csökkenne.
- Hibrid meghajtás.
- Alternatív üzemanyagok.

Megtérülési vizsgálatok

Kutatásunk során a Scania Hungária Kft. munkatársaitól árajánlatokat kértünk, melyekben olyan járművek specifikációi szerepelnek, melyek csak motortecnológiájukban különböznek.

3.táblázat: **Megtérülés vizsgálatban szereplő járművek adatai**

Típus	Teljesítmény	Technológia	Vételár (EUR)	Körny.védelmi oszt.
R420	420LE	SCR	70 900	EURO V
R400	400LE	EGR	75 800	EURO V
R420 EEV	420LE	SCR	73 300	EURO V EEV

Forrás: Scania árajánlat alapján saját szerkesztés

A táblázatból látható, hogy a járművek csak motortecnológiájukban, és ezáltal árukban mutatnak nagy eltérést. Itt említjük meg azt a kezdeményezést, miszerint az EURO VI norma bevezetéséig a gyártók, így a Scania is fokozottan környezetkímélő besorolású motorral felszerelt járműveket gyárthatnak, melyekkel további kedvezményekre jogosultak az üzemeltetők a használatuk során. Ez az úgynevezett Enhanced Environmentally Friendly Vehicle, azaz a „fokozottan környezetkímélő jármű”. A járművek árkülönbségének megtérülési vizsgálatát az indokolja, hogy az üzemeltetés során az üzemeltető kedvezményekkel, felmerülő plusz költségekkel (adalék költsége az üzemanyag mellett) számolhat.

Kedvezményekre elsősorban az autópálya használat során jogosult a jármű. A kedvezményeket jelenleg csak Németországban és Ausztriában lehet igénybe venni. A díjszabás a következő táblázatban található. A díjakat 284 Ft/€ árfolyamon számítottuk ki. A különbség a két kategória árkülönbségéből adódik.

4. táblázat: **Autópályadíjszabás nyerges vontatók esetében 2010. január 1.-től**

Ország	Körny.védelmi o.	FT/km	EURO/km	Különbség (FT/km)
Ausztria	EURO VI - EEV	85,88	0,3024	5,96
	EURO IV - V	91,85	0,3234	
Németország	EEV	28,40	0,10	5,68
	EURO IV - V	34,08	0,12	

Forrás: <http://www.go-maut.at/go/Article.asp?ID=328&Navi=3> és
http://tollcollect.de/pdf/benutzerinformation/web_einfuehrungstex_ung.pdf alapján saját szerkesztés

A táblázatban csak a vizsgált környezetvédelmi kategóriák árszabását tüntettük fel a nyerges vontatók esetében, mivel ezek a kedvezmények érvényesíthetők a vizsgált járművekre. A vizsgálat során a Scania szakmai tapasztalatai alapján az éves futás teljesítményt 150 000 kilométerben rögzítettük.

Megtérülési vizsgálatot végeztünk el az adalékanyag járulékos költsége miatt. Itt az adalékanyag ára volt az a tényező, mely meghatározta a megtérülés időtartamát. Az adalékanyag árát 130 Ft/Liter-ben rögzítettük. Az adalékanyag ára a vásárlási mennyiség és mód függvényében nagymértékben változhat, mely szintén befolyásolja a megtérülést.

Két megtérülési vizsgálatot végeztünk el kutatásunkban. Az első a környezetvédelmi besorolásból adódó autópályadíj-különbség megtérülés az EURO V-ös besorolású SCR technológiájú és az EEV besorolású járművek között. A második az EURO V-ös besorolású SCR technológiájú és az adalékot nem használó, EGR technológiájú járművek között. A következő táblázatban található a járművek árkülönbözete.

5.táblázat: **A járművek árkülönbözetei**

Típus	Vételár	Árkülönbőség	
R420	€ 70 900	R420 – R420 EEV	
	20 135 600 Ft	681 600 Ft	€ 2 400
R420 EEV	€ 73 300	R420 EEV – R400	
	20 817 200 Ft	710 000 Ft	€ 2 500
R400	€ 75 800	R420 – R400	
	21 527 200 Ft	1 391 600 Ft	€ 4 900

Forrás: Árajánlat alapján saját szerkesztés

Első esetben egy olyan táblázatot állítottunk össze, melyben azt számítottuk ki, hogy az osztrák és német autópályadíj-kedvezmény hogyan érvényesül az éves futásteljesítmény adott országban megtett részének függvényében. Ez esetben a fenti táblázat 681 600 Ft-os árkülönbözetének kellett megtérülnie.

A közúti áruszállítás károsanyag-kibocsátásának csökkentési lehetőségei a járműgyártó szemszögéből

A számítási módszer azon alapul, hogy a járművek éves futásteljesítményük bizonyos százalékát az adott országban futják, és ennek függvényében mennyi a megtakarítás az autópálya-díj kedvezményből. Az éves futásteljesítmény 100%-nak tekinthető, ami 150 000 kilométer. A táblázat értékeinek számítása:

Éves németországi futásteljesítmény (km) X német autópályadíj-megtakarítás (Ft/km) + éves ausztriai futásteljesítmény (km) X osztrák autópályadíj-megtakarítás (Ft/km)

A vizsgálat a következő táblázatot hozta eredményül.

6. táblázat. **Megtérülési vizsgálat (ezer Ft)**

	Éves futásteljesítmény %	Németország						
		0%	20%	40%	50%	60%	80%	100%
Ausztria	0%	0	170 400	340 800	426 000	511 200	681 600	852 000
	10%	89 460	259 860	430 260	515 460	600 660	771 060	941 460
	20%	178 920	349 320	519 720	604 920	690 120	860 520	1 030 920
	30%	268 380	438 780	609 180	694 380	779 580	949 980	1 120 380
	40%	357 840	528 240	698 640	783 840	869 040	1 039 440	1 209 840
	50%	447 300	617 700	788 100	873 300	958 500	1 128 900	1 299 300
	60%	536 760	707 160	877 560	962 760	1 047 960	1 218 360	1 388 760
	70%	626 220	796 620	967 020	1 052 220	1 137 420	1 307 820	1 478 220
	80%	715 680	886 080	1 056 480	1 141 680	1 226 880	1 397 280	1 567 680
	90%	805 140	975 540	1 145 940	1 231 140	1 316 340	1 486 740	1 657 140
100%	894 600	1 065 000	1 235 400	1 320 600	1 405 800	1 576 200	1 746 600	

Forrás: Saját szerkesztés

A narancssárga kitöltéssel megkülönböztetett cellák értékei alacsonyabbak, mint a megtérítendő összeg. Így ezen kombinációk esetén egy év alatt nem térül meg a két jármű típus közötti árkülönbözet. A kitöltés nélküli cellák értékei esetében már megtérül az árkülönbözet. A táblázatban jól látszik, hogy a jármű éves 120 000 kilométeres futásteljesítmény esetén már behozza árkülönbözetét. A citromsárgával kitöltött cellák esetében is megtérül az árkülönbözet, de olyan áron, hogy a jármű teljesítménye meghaladja a 100%-ot, tehát a 150 000 km/évet.

Második vizsgálat esetében az adalékot használó R420 és adalékot nem használó, ezzel költséget megtakarító, R400 járműveket hasonlítottuk össze megtérülés szempontjából. Itt a költség megtakarításnak meg kell haladnia az 1 391 600 Ft-ot. Jelen esetben az árkülönbözet a felhasznált adalék árából térül meg. Az adalékfogyasztás 100 kilométerenként az üzemanyag 6%-a, ez megközelítőleg 2 liter AdBlue adalékot jelent.

A megtérülés itt években mérhető, ha az adalékanyag árát 130 Ft/literben rögzítjük.

7.táblázat **Megtérülés adalékanyag mellőzéséből (Ft)**

Kilométer	Szükséges AdBlue (l)	Ára (Ft)	Befektetés esetén
			Egyszerű kamatozás (5%)
30 000	594	77 220	1 406 212
90 000	1 782	231 660	1 435 435
150 000	2 970	386 100	1 464 659
600 000	11 880	1 544 400	1 683 836
650 000	12 870	1 673 100	1 708 189
685 000	13 563	1 763 190	1 725 236
700 000	13 860	1 801 800	1 732 542

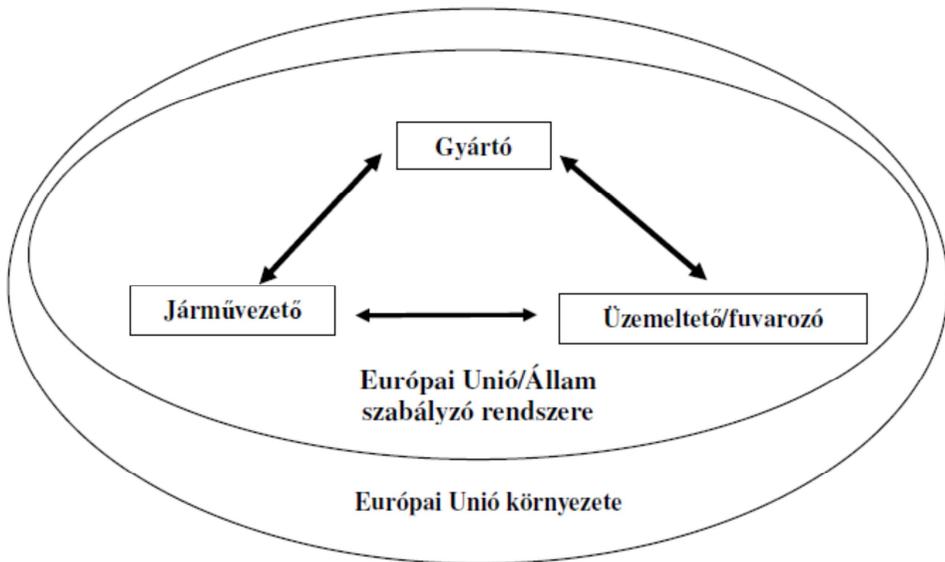
Forrás: Saját szerkesztés

A szürke kitöltésű sornál látható először, hogy az adalékanyag ára már meghaladja az egyszerű kamatozásra befektetett pénz, megtakarítás értékét. A sorhoz, így a megtérüléshez, tartozó évek száma 4 és 5 év között várható, az éves futásteljesítménytől függően.

Természetesen az adalékanyagot nem használó jármű javára írható sok előny is, melyek az üzemeltető számára megtakarítást jelentenek. Ilyenek az adalékanyag beszerzése, tárolása okozta egyéb ráfordítások.

Következtetések, javaslatok

Életünkben a környezetvédelemnek egyre fontosabb szerepet kell játszania. Kutatásunk első részéből kiderült, hogy a károsanyag-kibocsátás a szállítási ágazatban évről évre növekszik az Európai Unióban és Magyarországon egyaránt. Az állítás a közúti szállításra hangsúlyozottan igaz. Emellett Magyarországon a járműállomány is folyamatosan öregszik. Ahhoz, hogy a folyamatokat megállítsuk, és dolgozni kezdjünk azon, hogy hogyan lehetne csökkenteni az értékeket károsanyag-kibocsátás és átlagéletkor tekintetében, mindenképpen szükségünk van a gyártók segítségére és az üzemeltetők rugalmasságára, érdeklődésére, felelősségére. A vizsgált svéd gyártó, a Scania, egy olyan példamutató multinacionális vállalat, mely nem csak fejlesztéseiben foglalkozik a környezetvédelemmel. Vizsgálatunkban rámutattam, hogy a károsanyag-kibocsátás csökkentésében több szereplő is érdekelt.



Forrás: Saját szerkesztés

1. ábra: A környezetet befolyásoló szereplők

Első, és talán a legfontosabb szereplő a járműgyártó, aki megteremti a műszaki hátterét a környezetvédelmi normák betartásának, és hatalmas összegeket fordít kutatásokra, fejlesztésekre. Ilyen gyártó a vizsgált Scania, amelynek stratégiai fontosságú kérdés a környezet megóvása, így a társadalmi felelősség vállalás. A fejlesztés csak akkor térül meg, ha az új technológiát a rendszer további szereplői, a járművek üzemeltetői megvásárolják, mert érdekükben áll az új technológiák használata. Sajnos Magyarországon még nem érdek a környezetbarát jármű használata, pedig a megtérülési vizsgálat eredményeit áttekintve, nem férhet kétség ahhoz, hogy a drágább jármű nemzetközi forgalomban történő használata eredményesebb. Egy kiemelten környezetkímélő kamion felára már az első évben, 120 000 megtett kilométer után megtérül. Az üzemeltető, ha a legmodernebb technológiájú járművet használja, akkor a jármű magyarországi élettartamának felére megtérül a felára. Harmadik szereplő a járművezető. Egy képzett járművezető csökkenti az üzemeltető költségeit azzal, hogy üzemanyagot takarít meg, minimalizálja a baleseti kockázatot, és megfelelő állapotban használja a járművét. Természetesen az üzemanyag-gazdaságosság csökkenti a környezeti terhelést is. A három felsorolt szereplőnek össze kell kapcsolódnia, és csak egymást segítve juthat előre a környezet megóvásában, úgy, hogy ez nem jár jelentős költségnövekménnyel és hatékonyság csökkenéssel. Az eddig felsorolt szereplők mellett fontos szerep jut egy negyediknek. Ez nem más, mint a politika, és az állam. Az államnak is jelentős felelősséget kell vállalnia a környezet megóvásában, de legalább is

annak szabályozásában. Az Európai Unió már korábban belátta, hogy a szállítási állapotok tarthatatlanok, változtatni kell. Sajnos a változtatásokhoz még nem adták a feltételek, ezért olyan megoldást kellett találni, ami ösztönzi a fuvarozókat, szállítványozókat a környezet megóvására, és a korszerű technológiák használatára. Az ösztönzés csak anyagi alapon valósulhatott meg. A szállításban érdekelt vállalkozások csak akkor hajlandók tenni a környezetért, ha ez nem jár költségnövekedéssel. A németországi és ausztriai módszer jól példázza, hogy az autópályadíjak szabályozásával a vállalkozások jelentős megtakarításokat érhetnek el, mert bár az összeg kilométerenként kicsi, de a futásteljesítményt figyelembe véve már jelentősebb költségmegtakarítás realizálható. Sajnos hazánkban semmilyen kezdeményezés nincs, ami nemhogy ösztönözné, hanem korlátozná a belföldön használt, fuvarozó, disztribúciós szolgáltatást végző haszonjarművek üzemeltetését. Amíg a vállalkozók érdeke nem kívánja meg a jármű állomány lecserélését, addig itthon továbbra is sűrű füst követi majd a járműveket, és korlátlanul szennyezik a környezetet.

Hivatkozott források:

- [1.] Bokor Z. – Tánzos L.-né (2006) A közlekedés klímaváltozási hatásai, különös tekintettel a közlekedési árképzési rendszerekre, In: Agro 21 Füzetek, 47. sz., 16-26.o., Budapest.
- [2.] Erdősi F. (2000) Európa közlekedése és a regionális fejlődés Dialóg Campus Kiadó, Budapest – Pécs, 640 p.
- [3.] Láng I. – Csete L. – Jolánkai M. (szerk.) (2007) A globális klímaváltozás: hazai hatások és válaszok, Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 220 p.
- [4.] Scania Annual Report 2009
(<http://scania.com/investor-relations/financial-reports/2009/scania-annual-report-2009.aspx> letöltés időpontja: 2010. augusztus 29.)
- [5.] Szegedi Z. – Prezenszki J. (2003): Logisztika menedzsment, Kossuth Kiadó, Budapest, 456 p.
- [6.] Varga V. (2009) Tisztább dízelmotor, és az AdBlue technika, In: Járművek és Mobilgépek, II.évf. No.VI. pp.528 - 538

Szerzők:

Mihály László

Vállalkozásfejlesztés MA szak

Károly Róbert Főiskola

Vállalatgazdaságtan Tanszék

mihalylaci85@gmail.com

Dr. Miller György, CSc

Egyetemi docens

Károly Róbert Főiskola

Vállalatgazdaságtan Tanszék

gymiller@karolyrobert.hu

A VENDÉGLÁTÁS VÁLASZA A GAZDASÁGI VÁLSÁGRA

NAGY IMRE
TAKÁCS ISTVÁN

Összefoglalás

Már 2006 óta tapasztalható a vendéglátóipar forgalmát érintő stagnálás, amit a 2009-ben jelentkező gazdasági válság csak tovább rontott. A Magyar Vendéglátók Ipartestületének elnöke szerint az ágazat egyharmada teljesen eltűnhet, ami akár 40 ezer munkahely megszűnésével is járhat. Igazán nagy problémával a 100-200 főt befogadni képes rendezvényes éttermek küzdenek, ellenben a 30-40 fős éttermekkel, ahol az üzemi költségek megfogásával, leépítéssel „áramvonalasabbá” tehetik az üzleteiket az ellenszélben. A tapasztalatok szerint az ilyen válságokat leginkább a luxuséttermek szenvedik meg, mert itt a legmagasabbak az állandó költségek. Komoly probléma továbbá, hogy nincs megfelelő számú polgári réteg, amely a kisvendéglők középső szegmensét jelentené. Vagy olcsó kifőzdék vannak, ahol az ár és a mennyiség számít, vagy csúcsgasztronómiai éttermek.

Dolgozatom célja, hogy saját tapasztalataim alapján és vendéglátó egységek vezetőivel készített interjúk segítségével valamint a szakirodalom kiegészítésével bemutassam a költségmegtakarítás és a profitmaximalizálás lehetőségeit ezen nehéz időszak átvészelésére. Ahhoz, hogy mindezt értékelhető formában készíthessem el a vendéglátóegységeket kategóriájuk és elhelyezkedésük figyelembevételével mérem össze. Mindazon lehetőségek feltárása, amely mellőzi a dolgozói létszám leépítését kiemelt fontosságúak a dolgokat elkészítésekor.

Minden vendéglátóüzlet más. Más a környezet, más a berendezés, más a személyzet a vezetés, a fogyasztók igénye, ezért nagyon összetett a téma vizsgálata. Mégis bízom benne, hogy sikerül az olvasójának ötleteket adni a pozitívabb eredmény eléréséhez. A dolgozat nemcsak az üzlet gazdálkodásával, – beszerzési források, árképzés, fogyasztásösztönzés, bérpolitika – hanem az arra ráható küldetéstudat, marketingeszközök, belsőmarketing összehangolásával keresi a legjobb utat.

Kulcsszavak:

kilábalás, profitmaximalizálás, költségcsökkentés, konkurencia harc, mesterséges piacbefolyásolás

Abstract:

Since 2006, the catering industry has been experiencing stagnation in circulation, and this process was worsened by the 2009 economic crisis. According to the chairman of the Hungarian Association of the Caterer Corporations, one-third of the industry may disappear completely, which could lead to the end of 40,000 jobs. A really big problem is faced by those larger restaurants that can take in 100-200 people for their happenings, while smaller restaurants can make their business more streamlined in headwind by redundantizing and lowering their costs. Experience has shown that such crises affect luxurious restaurants mostly, because their constant costs are the highest. It is also a serious problem that there is no significant civilian layer in society that could serve as a middle segment for small family restaurants. There are cheap hash-houses, where the price and volume counts, or highly luxurious restaurants.

The aim of my thesis is to provide possible solutions for lowering costs and maximizing profit to survive the harsh period with the help of using my own experiences, interviews I made with catering managers and complementing the sources. To shape it into an assessable form I evaluate the catering units considering their location and category. I am looking for those cost-saving methods that would not cause redundancies.

Restaurants differ from each other. The environment, the equipment, the personnel management, the consumer demand are different in each case, so the examination of the topic is complex. I hope the thesis manages to provide ideas for the readers, in order to reach more positive outcomes. The study wants to find this way not only by examining the businesses' inner budget (supplies, pricing, motivating consumption, wages), but also harmonising it with the factors that affect it (the awareness of their errand, marketing tools, inner marketing).

Keywords:

recovery, profit maximization, cost reduction, competition fight, artificial market manipulation

Bevezetés

A 21. század legfontosabb vezetési-irányítási elvei a vendéglátásban

Magyarország vendéglátóiparára a túlkínálat a jellemző. Ez a túlkínálat megköveteli, hogy az egyébként sem megfelelő potenciális kereslet mellett az üzletek minden lehetőséget megragadjanak a profitmaximalizálás terén. Az

alábbi gondolatok, amelyek sztenderd módon nyújthatnak segítséget a vendéglátó vállalkozások számára és elhanyagolásuk mellett komoly védtelenséget produkálhat a konkurenciával szemben:

A vendéglátóegység küldetéstudata, jövőképe

A jövőkép, avagy a küldetéstudat a vendéglátóegységek stratégiai céljait határozzák meg. Ezen irányelveknek megfelelően alakítják ki értékesítési és termelési tevékenységüket, az üzleti terv stratégiai időhorizontján elhelyezkedő ismérvekkel összhangban. Nem rövid távú eseményekre készül, hanem áthatja a vállalkozás teljes életciklusát. Stratégiai gondolkodás, amikor már nem látjuk előre a jövőbeni eseményeket, de mégis ennek megfelelően végezzük működésünket. Kizárólag jelentős külső környezeti változás produkálhat benne változtatást. Példa: egy középkategóriás étterem szomszédságában bevásárlóközpont épül, melyben több vendéglátó-ipari egység is kialakításra kerül majd, melyek szintén a középosztályt célozzák meg kínálatukkal. Ilyenkor a már létező étterem választhat: bezár, vagy változtat. Jó ötlet, ha elhagyja addigi szegmensét, és a bevásárlóközpont megnyitása után a beszállító munkások kifőzdéjeként próbál majd szerencsét.

A küldetéstudat elvárási és jutalmazási normát állít fel, ami egy munkavállalói és munkáltatói minőségi szintet határoz meg. Leszögezi az alá- és fölérendeltségi viszonyokat, tehát a vállalat működési struktúráját. Legfőbb eleme az élmény meghatározása, amely majd a hely karakterét adja. Tehát a megkülönböztetésnek és a versenyelőny megteremtésének a legfontosabb eleme. Kialakítja a motivációs eszközöket: tovább képzéseket szervez a dolgozóknak, kérdőíven méri le a vendéglégedettséget a dolgozók munkájáról, bérezési forma kialakításával ösztönöz stb.

Meghatározza a munkatársak kívánatos megjelenését, magatartási formáit, egyben a felvételi követelményeket is. Tudatosítja a dolgozóiban, hogy milyen elveket vall magáénak az üzlet. Kiemelendő ezért, hogy a személyzet fontosnak érezze magát, hogy érezze az ő munkája a kulcsa a küldetéstudat beteljesítésének. Ennek megfelelően legyenek tájékozottak a cég történetéről, hagyományairól, legendáiról, a tulajdonos életútjáról. Ha fenti témákban tájékozott, akkor már tud mesélni a vendégeknek az üzletről. A történettel, tradícióval, múlttal rendelkező éttermek vendégeiben pedig azt a hatást kelti, hogy a helynek szelleme van és csodálattal tekintenek rá. Minél személyesebbé, közvetlenebbé tesszük – akár családi fotók, bútorok, festmények segítségével – a vendég számára üzletünket, annál inkább képesek leszünk ragaszkodást kiváltani, ami a törzsvendéggé válás egyik útja. Néhány fontosabb kiindulási pont:

- Éttermünk azért van, hogy a hozzánk látogató vendégek jól érezzék magukat, és nem a pincérekért vagy a tulajdonosért. Garantáljuk, hogy aki eljön hozzánk, egy élménnyel gazdagodik majd, és nem fog csalódni bennünk!
- Sosem kérdezzük az étkezés végén csak azt, hogy finom volt-e az ebéd, mivel ennél személyesebb kapcsolat kialakítására törekszünk.
- Nem arra törekszünk, hogy mi legyünk a legolcsóbbak a városban, hanem arra, hogy a vendég a pénzéért nálunk kapja a legmagasabb minőséget.
- Nem gondoljuk, hogy éttermünk tökéletes, ezért mindig készek vagyunk meghallgatni vendégeink észrevételeit.
- A vendég egyedi alkalmi, ünnepei számunkra szentek. Ha elmondja nekünk, készek vagyunk a lehetőségeinkhez mérten a lehető legszebbé varázsolni a napját.

(Vaszari, 2008, 197. old.)

Mesterséges piacbefolyásolás

Növeljük a vendégeink látogatásának számát! Talán a legnehezebb feladat, mert a magyar vendégek nagyon ritkán járnak az alacsony életszínvonal miatt étterembe. Törekedjünk mégis törzsvendégkör kialakítására. Törzsvendégeink barátai lesznek a potenciális törzsvendégeink. Hatékonyságunkat jelentősen növeli, ha a hozzánk hűséges vendégkör létszáma folyamatosan nő. Ennek eléréséért ne egyszeri nagy fogyasztásokra, kíméletlen sarcolásokra törekedjünk, hanem arra, hogy a visszatérő vendégek folyamatos látogatásai kiegyenlített és magas jövedelmet biztosítsanak éttermünknek! Kiváló kezdeményezések születtek az elmúlt években, amelyek megkapták a megfelelő marketingtámogatást. A Torkos csütörtök vagy a Borszerda alkalmat teremtenek a vendéglők számára, hogy ingyen reklámhoz jussanak és a holtidőszakban történő értékesítésüket kedvezmények ellenében növeljék. Ezek az akciós napok növelik a kihasználtságot és még az alacsonyabb árés-szint ellenére is többletbevételt biztosítanak. Továbbá nincs drágább éttermi szék, mint amin nem ülnek.

1. Rendezvényszervezés

Ha az étterem rendelkezik néhány nagyobb, szeparálható teremmel, érdemes megfontolni ezek hasznosítását.

A különtermek berendezése megvalósulhat önálló tematika szerint is. Ezzel téve változatossá az üzletet. Kitelepüléses rendezvények eszköz és szállítási igénye is hamar képes megtérülni. Továbbá a szállítóeszközök állandó részei lehetnek a marketing tevékenységnek, ha felmatricázzuk (pl. autómatica).

„Ha a hegy nem megy Mohamedhez”: Ha nem érkezik kellő számú rendezvény megrendelés, akkor teremtsünk mi magunk igényt és szervezzünk borvacsorát, rétes bemutatót a házi rétes nyújtásának titkainak felfedésével, vagy valamilyen zenés előadással egybekötött vacsoraestet.

2. Kiszállítás

Egy város üzleti negyedében működő étterem számára elengedhetetlen ennek a szolgáltatásnak a fenntartása. Fontos tényező, hogy ez esetben nem igényel a vendég fogyasztóteret, de fontos a gondos odafigyelés az ételek átvételig történő állagának megóvására.

3. Árusítás elvitelre

Minél egyszerűbb a fizetés és az ételkiadás módja, annál biztosabb az üzleti siker.

4. Az étterem emblémájával díszítet termékek

A legjobb példája az amerikai kávézóláncok, ahol bevételeik jelentős részét képezik, és széles választékot tartanak fenn. Kiváló ötlet egyedi cseppfogók árusítása olyan vendéglátó egységek számára, ahol a profil a borhoz igazodik. Ha jól sikerül megválasztani ezeket a tárgyakat, akkor a vendégek fizetnek az üzlet reklámozásáért.

5. Árengedmények

Engedményt adhatunk bizonyos mennyiség elfogyasztása esetén, meghatározott összeg feletti vásárlás esetén, internetes foglalás esetén, bizonyos napszakokban.

6. Árukapcsolás, kóstolás, próba

Lényege, hogy a vendégeket megismertetjük azokkal az ételekkel, amelyeket szeretnénk eladni nekik. A hatás fokozható, ha a kínáló a témának megfelelő ruhába van öltözve, eltérően a személyzet többi tagjától.

7. Ajándék

Bizonyos áru megvásárlása esetén ingyen vagy rendkívül jutányos áron adjuk.

8. Később felhasználható kuponok

A vendég olyan kupont kap, amit a következő látogatása alkalmával használhat fel.

9. Nyereményjátékok

A vendégek között számukra vonzó nyereményeket sorsolunk ki. Pl. vacsorameghívás, reklámajándékok

10. Internetes hírlevél

Weboldalunkon feliratkozva folyamatos tájékoztatás biztosítása a vendégeknek. Lehetővé teszi, hogy folyamatosan a látótérben legyünk.

Egyedi, megkülönböztető versenyelőny megteremtése

A válság minden kategóriába tartozó vendéglátóegységet érintett. A 2010. október végi Liszt Ferenc téri látogatásom alkalmával végigjártam az ott található éttermeket. Tapasztalatom szerint forgalmukat sokkal jobban tudták őrizni ott, ahol nem szimplán színvonalas szolgáltatást nyújtanak, hanem teszik ezt valamilyen tematikus berendezési formában. A téren nagyon színvonalas egységek működnek. A verseny tehát nagyon kiélezett. Az éttermek többsége több mint 50 főt, de jelentős részük akár 100 főt is képes leültetni időjárástól függetlenül. A kulcsa a vállalkozások sikerességének a belső design és a jó hangulat megteremtése. Kiváló példa erre a Menza Étterem és Kávézó, ahol elegáns formába öltöztették az iskolai menza éttermek világát. A hangsúly a színeken van. Mindenhol áradnak a meleg, pozitív hatást keltő színek. A tematikus berendezés a legjobb módja az üzlet megkülönböztetésének. Ezáltal jut versenyelőnyhöz, amely az aznapi látogatottságán egyértelműen tükröződött. A hangulatot erősíti a berendezés mellett az értékesítés dolgozóinak formaruhája és a felszolgáláshoz használt eszközök is, amelyek ugyanezt a tematikát követik. Garantált tehát az élmény, ami a 21. század vendéglátásának legfontosabb eleme.

Az éttermi kultúra legelső fejlődési szakaszában a biológiai szükségletek kielégítése volt a cél. A későbbiek során párosult ehhez az igényes berendezés és nívós helyválasztás. Napjainkban pedig kiegészült mindez az élmény fogalmával.

Anyag és módszer

Kérdőív – primer kutatás

A kérdőív megalkotásának ihlete az volt, hogy személyesen mérjem fel az üzletvezetők tapasztalatai alapján a gazdasági világválság hatását. Összeállításakor törekedtem, hogy minél kevésbé legyen kompromittálóbb és bizalmatlanságot keltőbb. Ugyanakkor fel voltam készülve az esetleges elutasításra is. Két területet vizsgáltam: Budapestet és Gyöngyöst. Budapesten a kérdőív személyes kitöltése kapcsán mindenhol készséggel

álltak a rendelkezésemre, de az e-mailben kiküldött levelekre, ha válaszoltak is jobbra csak elutasító üzenetet küldtek. Az első konzekvencia tehát az volt, hogy az adatok megszerzése érdekében mindenképpen a személyes látogatás a célravezető. A kapott adatok megfelelő összehasonlíthatósága végett kategóriák szerinti megbontást alkalmaztam és igyekeztem a kitöltött kérdőívek számát egymással arányban gyűjteni.

A kutatás elméleti háttere

A vendéglátást nagyon nehéz mérni statisztikai adatokkal. Jelentős a benne megbúvó feketemunka, amit teljesen kifehériteni talán nem is lehet a jelenlegi adóterhek mellett. Amit megfelelően tud mérni a Központi Statisztikai Hivatal az a működő üzletek száma. Ebből már komoly következtetéseket lehet levonni a vendéglátó vállalkozói kedvről és hangulatról. A probléma az, hogy nem mérhető az egyes kategóriák szerinti differencia. A vendéglátó vállalkozásoknak forgalom visszaesés esetén kevés mozgásterük marad a költségek csökkentésére. Szeretnék választ kapni, hogy hogyan képzeli el ezt még is napjainkban és vannak-e gazdaságilag nehéz körülmények közötti profitnövelő ambícióik. A kérdőív összeállításakor a feleletválasztós részekben gondolatindító válaszok szerepelnek. A legértékesebb válasz mindig az egyéb kategóriában leírtak, mert ezek az egyéni ötleteik, a saját adottságaiknak megfelelően. Budapesten 50, Gyöngyösön 10 étterem került görcsö alá. Ez a 60 étterem már képes egy nem reprezentatív felmérés eredményeként bemutatni, hogy mi az átlagos tendencia – forgalom, dolgozói létszám változása, kilábalási technikák – a főváros és vidék tekintetében. Gyöngyös egy közepesen nagyváros, ahol pont megfér mindhárom éttermi kategória. Ezért Magyarország tekintetében az összehasonlítás két legmegfelelőbb alanyai lettek kiválasztva. Az első pár kérdés az alapadatokat tisztázza: üzletvezető neve, vendéglátóegység neve, az alapítás éve, az üzemeltetői szerkezet, az üzlet kategóriája és az üzletben alkalmazott értékesítési mód. Ezekkel a kérdésekkel mértem fel az összehasonlíthatóság alapját.

A kutatás célja, hipotézisek meghatározása

A kutatás célja, hogy felmérjem a vendéglátó vállalkozások jelenlegi helyzetét. Arról szeretnék képet kapni, hogy saját maguk, hogyan értékelik az elmúlt két évet. A jelenlegi túlkínálati piacon miként próbálnak érvényesülni. Hamarosan pályakezdő hallgatóként érdekel mi az üzletvezetők legfőbb elvárása a dolgozókkal szemben. Napjainkban a vendéglátás véleményem szerint jelentős változáson megy keresztül. Nagyon sok egység még nincs tisztában az élmény, mint alapvető vendéglátós szolgáltatás fogalmával. Aki

viszont gyakorolja, annak biztos a talpon maradása a piacon. Kérdéseim igyekeznek rávilágítani, hogy miként befolyásolják mesterségesen a forgalmat a vendéglátók. Szeretném felmérni, hogy a vezetők szerint miként módosultak a fogyasztási szokások a válság hatására. Vizsgálandó témakör továbbá a vezetők stratégiai céljai, amik a vállalkozás jövőképét meghatározzák. A minta mérete, amennyiben nagyobb lenne, átfogóbb képet tudna nyújtani. Reményeimet bőven alulmúlta az e-mailben visszaküldött kérdőívek száma. Azok az egységek viszont – és ez minden kategóriára vonatkozik –, akik segítették a munkámat azok vendéglátó, profitorientált, versenyző, tradíciókkal rendelkező üzletek, ami garantálja az adott válaszok értékét.

Hipotéziseim:

- H1: A felmérésben a KSH adatainak megfelelően csökkent a dolgozók létszáma. Kiemelten vizsgálandó a teljes foglalkoztatásban dolgozók kontra részmunkaidősök arányának változása.
- H2: A forgalmi visszaesés az átlagot tekintve biztosnak vehető. Emiatt véleményem szerint a vendéglátó árak az elmúlt két évben nem tudták követni az infláció emelkedését, tehát kisebb bevételt realizálnak.
- H3: További kényszerintézkedések a költségek csökkentésére vonatkozóan várhatóak, amelyek leginkább a dolgozói létszámot érintik. Várhatóan a gazdasági helyzetből adódó forgalmi visszaesés még nagyobb konkurenciaanalízist követel, ami a versenyző vállalkozások egymáshoz viszonyított árainak figyelembevételét eredményezi.
- H4: A költségek csökkentése kapcsán a marketingeszközök racionalizálásával érdekes megfigyelni, hogy mely csatornákat részesítik előnyben.
- H5: Munkaerővel szembeni követelményük az üzletvezetőknek megnő. Jóval nagyobb elvárások hárulnak a munkát vállalni szándékozókra még az alacsonyabb kategóriákban is.
- H6: A vendéglátóegységek nagyobb figyelmet fordítanak a fogyasztás mesterséges befolyásolására. Ennek következtében kiélezettebb verseny várható, amely a vendéglátás minden formájában megjelenik.
- H7: Emelkedik a részmunkaidőben foglalkoztatottak száma.

A kérdőív tartalma és eredménye

Az alapadatok tisztázásán túl (üzemeltetői szerkezet megoszlása, kategóriák szerinti megoszlás, az üzletek befogadó készsége, alkalmazott értékesítési mód) az alábbi adatokat tartom fontosnak publikálni:

1.táblázat A teljes foglalkoztatásban dolgozók számának változása

átlagolt eredmények	2007		2010	
	Budapest	Gyöngyös	Budapest	Gyöngyös
fő/egység				
I. osztály	25	22	19,2	24
II. osztály	14,4	16,4	12,5	11,9
III. osztály	16,3	8	11,2	10

Forrás: saját felmérés, 2010

2.táblázat A részmunkaidős foglalkoztatásban dolgozók számának változása

átlagolt eredmények	2007		2010	
	Budapest	Gyöngyös	Budapest	Gyöngyös
fő/egység				
I. osztály	1,6	0	1,8	0
II. osztály	4,2	3,3	4,5	3,5
III. osztály	2	0	2,2	0

Forrás: saját felmérés, 2010

3.táblázat A leggyakrabban kiválasztott marketingesatornák kategóriák szerint

átlagolt eredmények	Budapest	Gyöngyös
I. osztály	internet	újság, internet
II. osztály	internet, újság, szórólap	internet, újság
III. osztály	újság, internet, szórólap, postai anyagok	újság, internet

Forrás: saját felmérés, 2010

4. táblázat **A legjellemzőbb megkülönböztetési technikák kategóriák szerint**

átlagolt eredmények		Budapest	Gyöngyös
I.	osztály	attrakció (pl. saját mini sörfőzde), márkanév, elhelyezkedés, szakmai díjak	választék terjedelme, márkanév, elhelyezkedés, szakmai díjak
II.	osztály	elhelyezkedés, környezetéhez képest alacsony árak	márkanév, reklámszlogen, belső berendezés
III.	osztály	márkanév, reklámszlogen	speciális választék, speciális nyitva tartás,

Forrás: saját felmérés, 2010

5. táblázat **A fogyasztói szerkezeti változás termékek és szolgáltatások iránt**

átlagolt eredmények		Budapest	Gyöngyös
I.	osztály	általában az olcsóbb termékeket keresik	kevesebbet vásárolnak
II.	osztály	általában az olcsóbb termékeket keresik	kevesebbet vásárolnak
III.	osztály	általában az olcsóbb termékeket keresik	törzsvendégei látogatása ritkább

Forrás: saját felmérés, 2010

Hipotéziseim értékelése

A kérdőív eredményeinek feldolgozásakor az első megállapításom, hogy a budapesti éttermek több mint 80 százaléka bérleményként működik, ami a működési költségeiket emeli és ennek hatására magasabb árresz-szintet követel meg.

Befogadóképesség szempontjából a budapesti éttermek jelentősen több vendégnek nyújtanak helyfoglalási lehetőséget, amiből egyértelmű a következtetés, miszerint nagyobb dolgozói gárdával működnek.

A Budapesten és Gyöngyösön értékesítési mód szerint vizsgált éttermek aránya majdhogynem teljesen megegyezik. Az irántuk jelentkező igény mindkét helyen hasonlóan mondható.

A KSH adatainak megfelelően beigazolódott hipotézisem, miszerint a válság hatására az üzletek elbocsájtásokra kényszerültek minden kategóriában (H1). A teljes foglalkoztatásban dolgozók száma felmérésem szerint átlagban 9

százalékkal csökkent, ami megfelel a Központi Statisztikai Hivatal eredményeinek. A teljes foglalkoztatásban dolgozók létszám csökkenése nem javította jelentős mértékben a részmunkaidős foglalkoztatásban dolgozók számát. Ezen hipotézisem, miszerint fenti összefüggés jelentősen növelné a részmunkaidősök létszámát nem igazolódott be (H7)

Azon kérdéskör, amely a vezető dolgozó kiválasztási szempontjait vizsgálta nem tudott iránymutatást adni az egyes osztályba sortolt éttermek elvárásai között, mert jelentős átfedések mutatkoznak (H5)

Következésképpen azt lehet levonni, hogy ez egy olyan szubjektív vélemény minden vezető részéről, amit nem lehet rendszerbe foglalni.

A vendéglátás bérezési kialakítására jellemző, hogy az alapbér mellé valamilyen teljesítményösztönző kiegészítés kerül. Budapesten és Gyöngyösön is a legjellemzőbb formája ennek a jutalék (forgalom függvényében alakuló kiegészítés).

Az üzletek forgalmának alakulása a felmérés szerint ellentétes képet mutat. A válságot leginkább Gyöngyösön az alacsonyabb osztályba sorolt éttermek érezték meg leginkább. Budapesten ezzel ellentétes módon a magasabb kategóriában okozott komolyabb problémát a gazdasági világválság (H2 \pm). A várakozásnak megfelelően alakult tehát a kép a budapesti éttermek esetében, viszont ugyan ez már nem volt igaz Gyöngyösön.

Beigazolódott, hogy az éttermek legfontosabb stratégiai célja mindkét városban, hogy magasabb forgalmat és nyereséget produkáljanak. Budapesten a következő cél a szakmai elismertség és a nagyobb piaci részesedés megszerzése. Gyöngyösön a második legfontosabb cél a fejlesztésre helyezi a hangsúlyt.

A forgalom mesterséges befolyásolására a legtöbb esetben a menüs étkeztetés és a programok szervezése volt a válasz (H6)

Ez az elvártaknak megfelelően alakult. Nagyon jó képet kaptam arról, hogy az éttermek miként igyekeznek profitjukat maximalizálni. Egy kivétellel nem volt olyan, aki valamit ne választana a felsorolt lehetőségek közül. Ez azt mutatja, hogy a vezetők felismerték, nem elég szimplán jót jó áron kínálni, hanem az esetleges forgalmi lukakat be kell tölteni (pl. holtidőszakban boldog órák alkalmazása). A költségek csökkentését minden szinten tapasztaltam (H3)

Volt olyan válaszadó, aki az egyértelmű túlélésre helyezte a hangsúlyt üzemelése kapcsán. Jelentős fejlesztések a válságból való teljes kilábalásig nem érvényesíthetők. A marketing eszközök racionalizálása a kérdőív eredményében azt a képet mutatja (H4)

hogy az internet és az újság előtérbe kerülése mellé más eszközök nem tudtak felzárkózni.

Következtetések

- 1) A kérdőívek alapján megállapítható, hogy az éttermek termékeinek és szolgáltatásainak nívója fordítottan arányos az általuk megcélzott szegmensek nagyságával. Az első osztályú éttermek egy szűkebb réteget kívánnak hatékonyan elérni, míg alacsonyabb kategóriákban ez a kör egyre bővül.
- 2) A legjellemzőbb reklámcsatorna az internet, majd ezt követi a nyomtatott sajtóban megjelent hirdetések. Ugyanakkor szignifikáns kapcsolat van Budapest és Gyöngyös legjellemzőbb marketing csatorna választása között. Tapasztalataik alapján tehát így tudják leghatékonyabban megszólítani potenciális szegmensüket.
- 3) Az első osztályba sorolt éttermek megkülönböztetési technikája a különleges attrakció (pl. saját mini sörfözde) és a márkanév megalkotása. Alacsonyabb besorolásnál az elhelyezkedés, az ár-érték arány megfelelő megválasztása és a márkanév, mint kitűnési lehetőség kerül előtérbe.
- 4) Belső marketing javítása céljából, észrevételem szerint, kevés figyelmet fordítanak dolgozójuk szakmai továbbképzésükre. Ez számomra azért is kedvezőtlen megállapítás, mert a válaszadók többsége szerint dolgozóik fluktuációja alacsony. Éppen ezért több figyelmet kellene fordítaniuk az értékesítés legnagyobb befolyásoló elemére: az értékesítési dolgozóra.
- 5) A fogyasztói szerkezet vizsgálatokor jelentős eltérést tapasztaltam Budapest és Gyöngyös vonatkozásában. Budapesten a legnagyobb probléma fogyasztói oldalról, hogy általában az olcsóbb termékeket keresik, míg Gyöngyösön kevesebbet vásárolnak.
- 6) Budapesten az elvártaknak megfelelően követik a konkurencia tevékenységét, ezen belül árainak a módosítását. Gyöngyösön erre jóval kevesebb figyelmet fordítanak.
- 7) Mindkét városban egyaránt megfigyelhető, hogy a magasabb kategóriájú éttermek árcsökkenésre kényszerültek, míg az alacsonyabb osztályba sorolt éttermek az inflációnak megfelelő áremelést hajtottak végre kevesebb mozgásterükből kifolyólag.

Javaslatok

Amit a legnagyobb problémának találtam, hogy a legtöbb étterem vezetője nincs tisztában az üzlete küldetésével. A stratégiai szemlélet hiánya komoly károkat okoz. Nem tudják megfogalmazni, miképpen szeretnék az elvárt profitot megszerezni, jobbra csak azt tudják, hogy mennyit szeretnének.

Ebből kifolyólag jelentősen csökken a versenyképességük. Ezeknek az üzleteknek át kell alakítaniuk az eddig alkotott elképzelésüket működésükről. Legjobb módja ennek, hogy készítenek egy üzleti tervet és abban rögzítik küldetésbeli legfontosabb gondolataikat, majd ennek megfelelően alakítják ki marketing, termelési és értékesítési stratégiájukat. Az üzleti terv nemcsak újonnan induló vállalkozások számára lehet hasznos, hanem már régóta működők számára is. Lehetőséget teremt a fejlesztési lehetőségek pontosabb kilátásba helyezésére és az esetleges környezeti változásokra (pl. gazdasági válság) jobb reagáló készséget teremt.

Gyöngyösön igen nagy problémának találtam, hogy az üzletek nem követik megfelelő módon a konkurenciájuk működését és árainak kialakítását. Pedig ez nagymértékben javíthatná versenyképességüket.

A belső marketing kialakításának hiányát mindkét városban elhelyezkedő üzletevezők számára erősítendő feladatnak találok. A vendéglátó üzlet eredményessége főként a dolgozók munkáján múlik. Nem elég szimplán anyagilag ösztönözni, hanem tovább képzésekkel, rendszeres eligazításokkal lehet éreztetni velük, hogy az ő munkájuk a tevékenység sikerének a kulcsa. Sok budapesti egységben örömmel tapasztaltam, hogy a vendégek igényeit kérdőíven mérik fel, így teremtenek lehetőséget a dolgozók munkájának értékelésére. Sok esetben a kérdőív kitöltői között ajándékot sorsolnak ki. Ezzel a tevékenységgel több módon is befolyásolják mesterségesen a forgalmat, tehát követendő példának tekintem.

A vendéglátás területén a túlkínálat jellemző, ezért kiemelt fontosságú a megkülönböztetés. A dolgozatomban bemutatja ezeknek a legújabb lehetőségeit az egészen extrém példáktól a kevésbé költséges, de hatékony módszerekig.

Összefoglalás

A dolgozatomban rámutat a legújabb fejlődési irányra, ami kikövezi egy sikeres vendéglátó vállalkozás útját a 21. században. A megváltozott fogyasztói szokások és a túlkínálat eredménye képen a színvonal és az ötletesség került az előtérbe. A vendéglátó egységek tevékenységének folyamatos felülvizsgálata teremt meg a legkisebb esélyét a piaci részesedés csökkenésének. Tudatos tervezéssel, a konkurencia folytonos figyelemmel kíséréssel, valamint a fogyasztók igényeinek szem előtt tartásával tudnak csak biztosan talpon maradni. Sok üzlet, a mai körülmények között egyetlen célra fókuszál: a túlélésre. A gazdasági válság hatása képen csökkent az üzletek száma és sok vállalkozás munkaerő leépítéssel reagált. Az egyetlen pozitívum a kínálat felfrissülése és a gyenge, a piachoz nem megfelelően alkalmazkodó üzletek számának csökkenése. Maga a válság volt a dolgozat megszületésének generálója, hiszen megteremtette a legmegfelelőbb alkalmat azzal, hogy egy olyan környezetben volt lehetőségem vizsgálni az üzleti

tevékenységet, ami a legjobb ösztönzője a költségek csökkentésének és a profit maximalizálásának.

Igyekeztem összegyűjteni minden olyan lehetőséget, amivel a vállalkozások életképesebbek lehetnek. Tananyagok, saját tapasztalatok és a kérdőívek eredményeként született meg ez a dolgozat, ami a középpontba helyezi a megkülönböztetés és a belső marketing kialakításának fontosságát. Minden vendéglátóegység más és más adottságokkal rendelkezik, de leszögeztem egy olyan vezetési irányelvet, ami minden osztályba sorolt és értékesítési formát alkalmazó üzlet számára eredményt hozhat. Már a kérdőív kitöltése kapcsán egy önvizsgálatot ébresztett az üzletvezetőkben, hogy a mit és hogyan kérdések összhangban állnak-e működésük elveivel. A gazdasági válság és az abból következő forgalmi visszaesés kiváló alkalma, hogy a problémák a felszínre kerüljenek. Éppen ezért úgy gondolom, hogy a válságnak pozitív hatása, hogy a kilábalást hamarosan megkezdve új vezetési nézet hatására a megmaradt vendéglátóegységek erősebb és hatékonyabb működést tudjanak produkálni.

Hivatkozott források:

- [1.] Vaszari T. (2008) Vendéglátás marketing, Gasztrotop Kft., Budapest.
- [2.] Szentes T. (2005) Fejlődés Versenyképesség és Globalizáció, Akadémia Kiadó, Budapest.
- [3.] Csizmár J. (2005) Üzletgazdasági alapismeretek a vendéglátásban, Budapest, BGF jegyzet
- [4.] Middleton V.T.C. - Clarke J. (2002) Marketing in Travel and Tourism, Third edition, British Library Cataloguing in Publication Data.

Szerzők:

Nagy Imre

Turizmus-menedzsment MA szak

nagyimre28@yahoo.com

Dr. habil Takács István

Egyetemi docens

Károly Róbert Főiskola

Vállalatgazdaságtan Tanszék

itakacs@karolyrobert.hu

A MAGYARORSZÁGI JÁRÓRÁCSPIAC KÖRNYEZETI ELEMZÉSE ÉS SZERVEZETI PIACI JELLEGZETESSÉGEI

ÚR NORBERT
TAKÁCSNÉ GYÖRGY KATALIN
TAMUS ANTALNÉ

Összefoglalás

A kutatás során a vállalatok közötti interakciókat, kapcsolati hálózatokat magába foglaló szervezeti piacokat vizsgáljuk. Ezen belül is elsősorban egy speciális ipari termék, az acél járórács, illetve annak gyártó vállalata(i) áll(nak) a kutatás középpontjában. A magyarországi járórácspiac környezetének elemzésével átfogó képet kaphatunk egy speciális acélipari termék helyzetéről. Cél, ezen speciális piaci szegmensben érvényesülő versenyerők feltárása, annak meghatározása, hogy a B2B piacok racionális döntési körülményei között mely sikertényezők, vállalati képességek jelenthetnek versenyelőnyt a gyártó vállalatok számára. A makro- és mikro-környezet megismerése lehetőséget teremt piac-, kapcsolat- és értékesítés fejlesztési lehetőségek felvázolására, azok továbbgondolására gyakorlati szakemberek számára.

Információszerzés céljából szekunder adatfeldolgozást követően, primer kutatás pontos céljainak felvázolása szükséges. A szervezeti piac szereplőire jellemző szakértelem megköveteli, a tapasztalt szakemberekkel történő 3-4 egyéni/csoportos mélyinterjú elkészítését. A vevők benyomásairól, igényeiről a legtöbb információ standardizált kérdőívvel való megkérdezés során nyerhető. Megközelítőleg 70-100 megkérdezett válasza alapján már pontos képet kaphatunk a járórácspiaci helyzetről, a szervezeti vevők szempontjából. A későbbiekben a két fő hazai járórács gyártó piaci stratégiájának összehasonlító értékelését tűztük ki célul.

Kulcsszavak:

stratégia, vállalati környezet, szervezeti piac, ipari piac, B2B

Abstract

The study examined the relationships between companies in the organizational market, primarily in the steel grating markets and producer companies. We would like to explore a specific product segment analysis of

environmental situation. Which competitive advantages prevail in the B2B market.

We need to apply the system approach, a long way since the raw material producers to consumers. Analysis of the industrial environment, the strategic planning part. Understanding of the environment, opportunity market development, relationship development, sales development demonstration.

Possible methods of research: secondary processing of data, definition of targets, 3-4 group / individual interview preparation. Consumer impressions can get much information in a standardized questionnaire. We would like to ask about 70 to 100 organizational customers. Long-term target: a comparison of the two main strategies grating producer in Hungary.

Keywords:

strategy, competition environment, organizational market, industrial market, B2B

Bevezetés

A szervezeti piacon való vizsgálat átfogó rendszerszemléletet követel meg, hiszen meglehetősen hosszú az út az alapanyagok előállítótól – majd gyártókon, közvetítők át – a fogyasztókig, végfelhasználókig. A tudományos munka tárgya, vagyis az ipari környezet elemzése, a stratégiai tervezés témakörébe tartozik. Ezért a tanulmánynak nem feladata konkrét vállalati stratégia kidolgozása, hiszen az csak egy hosszú tervezési, kutatási folyamat végeredményeként interpretálható.

A tanulmányban a szervezeti (B2B) piac sajátosságain keresztül megvilágítjuk a hazai acél járórács piaci környezetét. A piactípus magában hordoz bizonyos sajátosságokat az építőipari vállalkozásokra és a közöttük fennálló kapcsolatokra vonatkozóan. Az elsősorban ipari vásárlókra koncentráló gyártóknak azonban egyre inkább meg kell felelniük speciális igényeknek. Az ilyen problémakörök kezelésére való felkészülés, a tömeggyártástól való eltávolodást jelenti. Ez pedig már egy teljesen új stratégiai irányt mutat a szükségletorientált vállalatok számára. Így hangsúlyossá válik az iparági környezet, illetve tendenciáinak feltérképezése.

Magyarországon kulcskérdés lehet a fogyasztói piacok mellett a B2B piacok vizsgálata. Ez a szegmentum olyan kis és közepes méretű vállalkozások érvényesülési színtere lehet, amelyek nem akarnak vagy nem képesek fogyasztói piacon működni. Ugyanis a multinacionális vállalatok széles palettán és sokkal alacsonyabb árszinten tudják értékesíteni termékeiket. Éppen ezért a magyar vállalatok két lehetőség közül választhatnak ebben az

összefüggésben. Vagy a multik által ki nem szolgált piaci réseket célozzák meg, vagy lemondanak a fogyasztói piacról és megfelelő szakosodást követően beszállítókká válnak szervezeti piacokon.

Stratégiai tervezés

A stratégiai tervezés, alkotás folyamatát különböző szakirodalmak eltérő módon vázolják fel. Közös pont azonban a modellekben, hogy a stratégia kialakításához vezető út elején található a vállalat környezetének elemzése. (1. táblázat)

1. táblázat **A vállalati stratégia kialakításának folyamata**

	Bauer-Mitev 2008	Cohen 2009	Kotler-Keller 2006
Megismerés	Környezet/ piaci lehetőségek elemzése	Helyzelemzés/ célpia vizsgálat	Üzletág küldetése
Elemzés	Helyzelemzés	Problémák és lehetőségek	Környezelemzés
Következtetések	Cél- meghatározás	Célkitűzések	Cél-meghatározás
Javaslatok	Alapstratégiák/ stratégiaalkotás	Marketingstratégia	Stratégia kialakítása
Megvalósítás	Taktikai szint	Marketingtaktika	Program megfogalmazás/ megvalósítás
Ellenőrzés	Visszacsatolás	Ellenőrzés	Visszacsatolás

Forrás: Bauer A.-Mitev A. Z. (2008, 19. p.), Cohen, W. A. (2009, 5. p.)
Kotler, P.-Keller, K. L. (2006, 94. p.),
saját szerkesztés

A stratégia feladatának a vállalat és környezete közötti összhang megteremtését tekinthetjük. (Csath 2001) Ehhez, vállalkozásunk erősségein és gyengeségein túl, a környezet adottságait és fenyegetéseit, illetve az ezekkel kapcsolatos folyamatos változásokat is ismernünk kell. (Chikán 2010)

Azonban minden piac, minden iparág különbözik: mások a fogyasztói preferenciák, eltérő tényezők befolyásolják a keresletet, ezekre másképpen

reagálnak a szükségletorientált szervezetek, így különbözőek lesznek a piaci mechanizmusok. A piactípusok egyik, nemzetközileg is alkalmazott megkülönböztetése alapján beszélhetünk fogyasztói és szervezeti (üzleti) piacokról. Üzleti piacnak azt a virtuális vagy valós színteret nevezzük, ahol a piaci szereplők elsősorban szervezetek, és a termékek, szolgáltatások megvásárlása „további eladásra, bérbeadásra vagy szállításra kerülő áruk és szolgáltatások előállítására” céljából történik. (Kotler-Keller 2006)

A tanulmány célja

Környezetelemzés

Jelen tanulmány célja tehát elsősorban az ipari járórcs, magyarországi piacának megismerése. Az acélipari/építőipari szervezetek környezetének feltérképezése és elemzése. Az üzleti (B2B) kapcsolatok stratégiai szemléletű vizsgálata és piacfejlesztési lehetőségek feltárása.

A vállalat környezetét alapvetően két részre oszthatjuk: a makrokörnyezet szereplői többnyire nem közvetlenül, hanem „áttételesen” fejtik ki hatásukat a szervezetre. Fontosságuk azonban mégis megkérdőjelezhetetlen, hiszen a vállalkozásnak figyelemmel kell követnie a politikai-jogi környezet változásait, a technológiai fejlődést, a szociális-kulturális környezet elemeinek alakulását, a gazdasági környezet tendenciáit szervezete fejlődésének, előrelépésének érdekében. (Roóz 2002)

„Minél több gond van a makrokörnyezettel, annál kiélezettebbé válik a helyzet a mikro/versenykörnyezetben.” Jellemzővé válhatnak az inkorrekt érdekszövetségek, a tisztességtelen piaci magatartási formák, korrupció, megvesztegetés. Ezért is lényeges a makro- és mikro-környezet együttes vizsgálata. (Csath é. n.)

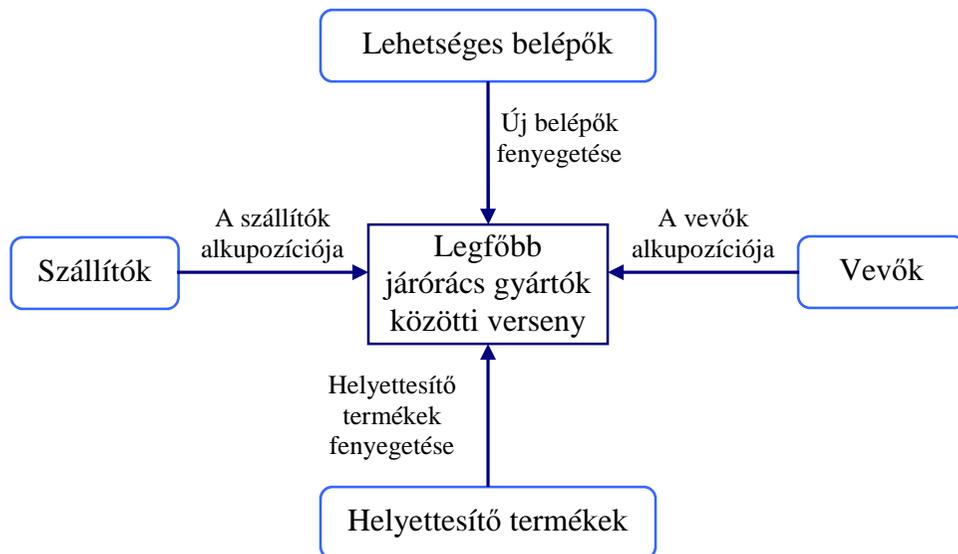
A vállalkozás tágabb környezetének vizsgálatához célszerű a szakirodalomban gyakran használatos PESTEL-modellt alkalmazni. Ez a politikai, gazdasági, társadalmi (kulturális), technikai, környezeti és jogi szavak angol megfelelőinek kezdőbetűiből összeálló mozaikszó. (Political, Economic, Socio-cultural, Technological, Environmental, Legal) (Marosán 2006)

2. táblázat **A vizsgálat tárgya és módszerei**

	Makrokörnyezet vizsgálata	Versenykörnyezet vizsgálata
Szekunder kutatás	PESTEL-modell	Porter versenyerők-modell
Primer kutatás	Egyéni mélyinterjú	Egyéni mélyinterjú, Megkérdezés (standardizált kérdőív)
Következtetések	Nyolcmezős SWOT-mátrix	

Forrás: Saját szerkesztés, 2011

Az ipari, illetve általában a szervezeti piacokon célravezetőbb a mikrokörnyezetet elemezni részletesebben. Az iparág mechanizmusainak és szereplőinek feltérképezése, izgalmasabb következtetések levonását teszi lehetővé.



1. ábra **Az iparági versenyt meghatározó erők**

Forrás: Porter, M. E. (2006) Versenystratégia. Budapest/Akadémiai Kiadó. 30.p.

Ehhez, az általánosan alkalmazható, Porter versenykörnyezet elemző modelljét ajánlott segítségül hívni. A modell „az iparág fejlődését középtávon meghatározó öt tényező hatását emeli ki.” (Marosán 2006) (1. ábra)

3. táblázat **Vizgálandó kérdéskörök a versenyerő-modell alapján**

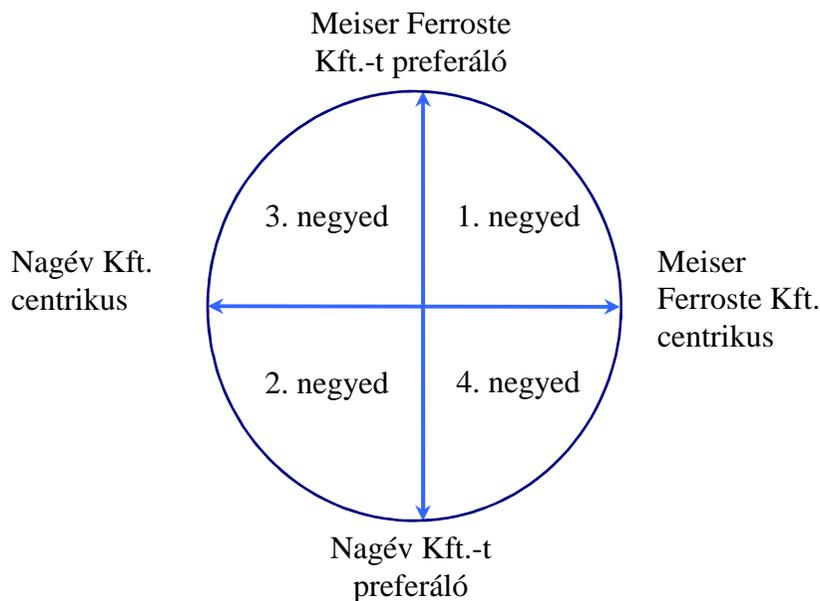
Versenyerő	Vizgálandó kérdéskörök
1.) Új belépők fenyegetése	Jellemző-e a vevői hűség? Milyen tőkefelhasználás és kockázati tényezők jellemezték az alapítás körülményeit? Hogyan alakultak ki az értékesítési csatornák? Hogyan alakultak ki a gyártási folyamatok?
2.) Verseny a meglévő versenytársak között	Melyek a verseny fő jellemzői? Érvényesül külföldi vállalatok fenyegetése? Mi jellemzi az iparág bővülését?
3.) Helyettesítő termékek fenyegetése	Melyek a helyettesítő termékek ismérvei? Mik a járórács fő előnyei? Alkalmazható-e a rács kiegészítő termékekkel? Érvényesül a járórács rendszerértékesítése?
4.) A szállítók alkupozíciója	Melyek a nehezen beszerezhető termékcsoportok? Versenyeztethetőek-e a beszállítók? Milyen mennyiségűek a beszerzések?
5.) A vevők alkupozíciója	Mi a főbb vásárlók profilja. Milyen esetekben fokozottabb a verseny? Milyen ismérvei vannak a versenytárgyalásnak? Milyen okai vannak a vevők hűség/hűtlen viselkedésének? A megrendelők számára milyen értékűek a járórács vásárlások?

Forrás: Porter, M. E. (2006) Versenysztratégiák. Budapest/Akadémiai Kiadó. 30-50. p. alapján, saját szerkesztés

Piaci szegmentáció

A versenykörnyezet megismerésén túlmenően, annak következtetéseit figyelembe véve, lehetséges piacfejlesztési irányként szükségessé válhat a járórács piac szegmentációja. Piaci szegmentum alatt azokat a vevőcsoportokat értjük, amelyeknek szükségletei és igényei hasonlóak. A szegmentáción alapuló marketing legfontosabb előnye (a tömegmarketinggel szemben), hogy a vállalat olyan termékek kialakítására, fejlesztésére lesz képes, „olyan árakon, amelyek a célpiac igényeit kielégítik.” Továbbá a saját marketingprogramok kialakításával és „finomhangolásával”, képes lesz pontosabban „igazodni a versenytársak marketingjéhez. (Kotler-Keller 2006)

Előzetes feltételezés alapján piaci innovációt, új piacokra való belépést a meglévő termékekkel, szegmentálást követően lehet végrehajtani. Szervezeti, ipari piacokon ugyanis a gyártók esetenként rendkívül távol helyezkedhetnek el a végső felhasználóktól. Ha azonban a viszonteladók nem végeznek megfelelő igényfelmérést a vevők körében, akkor a gyártónak olyan szegmentumokat szükséges kialakítani, amelyek elérése különböző megközelítést, szemléletet, különböző kommunikációt, stratégiát követel meg.



2. ábra Potenciális vásárlói szegmensek járőrácspiaci meghatározása Magyarországon

Forrás: Saját szerkesztés, 2011.

A járőrácspiac, alapvető, feltételezett szegmenseit szemlélteti a 2. ábra. A piaci szegmentációnak, a stratégiai tervezés folyamatában, lényeges szerep a vállalati célok és az alapstratégia meghatározásánál jut. Ezekben a fázisokban ugyanis pontosan ki kell jelölni azt a piacot, ahol a gyártó versenyezni fog. (Bauer-Mitev 2008) A szegmentációra azért lesz szükség, mert versenytársaktól és versenyelőnyöktől függően, a célpiac ismeretének birtokában érdemes kijelölni az alapstratégia irányát.

Ez alapján az 1. negyedben azok a megrendelők helyezkednek el, akik a Meiser Ferroste Kft.-t a versenytársnál jobban kedvelik, sőt a dunaújvárosi

gyártótól rendelnek. A 2. negyedben található azok a vevők, akik Nagév Kft.-t preferálják inkább, valamint tőle is rendelnek a legtöbb esetben.

3. és 4. negyedben „projektnegyedként” lehetne definiálni. Ami azt jelenti, hogy egyik járórcs gyártótól vásárolnak szívesebben, de esetenként, a piaci verseny (lényegében árháború) következtében a másiktól rendelnek termékeket adott projekthez. (Amennyiben ez igazoltá válik a kutatás során, tipikusan szervezeti piaci viselkedésről, mint sajátos ismérvről beszélhetnénk.) Ez főként a nagyobb, fővállalkozói tevékenységet ellátó cégekre lehet igaz. De projektvásárlónak tekintjük azokat a megrendelőket is, akik nem jelentős mennyiséget, alkalomszerűen, esetlegesen magán célra vásárolnak.

A fentiek előzetes feltételezésen alapulnak. Így, ha bizonyítást is nyer a termékpiaci csoportosítás, további információk birtokában, számos változó alapján tovább bonthatók a 2. ábra vevői klaszterei. Primer kutatás során, elsődlegesen a szervezeti vásárlók, standard kérdőívvel történő megkérdezésénél, a piac különböző szegmenseinek feltérképezése érdekében a következő kérdésköröket célszerű vizsgálni:

4. táblázat **Vizsgálandó kérdéskörök a piaci szegmensek kialakítása érdekében**

Szegmentációs változó	Vizsgálandó kérdéskörök
Demográfiai változó	Milyen iparágat szolgál ki a vevő? Mekkora termékvolument értékesít vásárlóinak? Milyen földrajzi területeken értékesít?
Helyzeti tényezők	Gyorsaságot igénylő vevőket szolgáljuk ki? Speciális terméktulajdonságra összpontosítsunk? Kicsi vagy nagy megrendelésekre fókuszáljunk? Van-e igény a rendszerértékesítésre?
Személyes jellemzők	Hűséges megrendelőket szolgáljuk ki? Kockázatvállaló vagy -kerülőket szolgáljuk ki? A hozzánk hasonló értékrenddel bírónak adjunk el? A vevők milyen ismérvek alapján választanak gyártót?

Forrás: Kotler, P.-Keller, K. L. (2006) Marketingmenedzsment. Budapest/Akadémiai Kiadó. 349. p. alapján, saját szerkesztés

Kutatási célok

Szakirodalmi feldolgozást követően, primer kutatás eredményeként, az alábbi környezeti ismérvekkel kapcsolatban juthatunk pontosabb információkhoz. A megkérdezések során árnyaltabb képet kapunk a profitorientált szervezetközi kapcsolatokról. Bizonyossá válhat, hogy a személyes kontaktus a vállalatok dolgozói között, valamilyen szintű és erősségű vevői hűség kialakulásához vezethet. Megtudhatjuk, hogy a szakértelmen túlmenően, milyen tényezők befolyásolják a hosszabb távú partnerség kialakulását a B2B piacon, melyek a főbb jellemzői a bizalmon alapuló értékesítési hálózatnak. Megismerhetjük a járórácsgyártás elsődleges célpiacait, illetve napjaink legnagyobb hazai acélrács vevőinek tulajdonságait. Körvonalazódhat, hogy milyen mértékben függ beszállítóitól az iparág.

Továbbá lehetőség nyílik, eddig kevésbé megcélzott vevői szegmensek, illetve ritkán alkalmazott rendszereladások meghatározására. Emellett körülhatárolhatjuk az ipari piac ezen szegmensében leginkább érvényesülő versenyerőket, lényeges vállalati képességeket és hogy milyen kihívásokkal kell szembenézniük a termelőknek egy globalizált iparágban.

A gyakorlati oldalt illetően, a vizsgálatot követően, könnyebben megérthetjük a gyártók piaci viselkedését, világossá válhatnak a főbb stratégiai irányok. Ezen túlmenően, valamint a kutatás eredményeinek birtokában, a nyolcmezős SWOT-mátrix segítségével taktikai/marketingakciókat dolgozhatunk ki a gyakorlati szakemberek számára.

Összességében a tanulmányban bemutatásra kerülnek a magyarországi acél járórács iparág legfőbb versenypiaci jellemzői. Ebben különösen hangsúlyos szerepet játszik a legfőbb vevők meghatározása és termékpiaci szegmentációja. Végezetül meghatározzuk, hogy az iparág termelővállalatainak milyen versenyelőnyökre támaszkodva kell megfelelniük a piaci kihívásoknak, fenyegetéseknek, a vállalatközi kapcsolatokban.

Hivatkozott források

- [1.] Bauer A. - Mitev A. Z. (2008) Eladásmenedzsment. Budapest/Akadémiai Kiadó. 268 p.
- [2.] Chikán A. (2010) Bevezetés a vállalatgazdaságtanba. Budapest/Aula Kiadó. 352 p.

- [3.] Cohen, W. A. (2009) Marketingtervezés. Budapest/Akadémiai Kiadó. 429 p.
- [4.] Csath M. (é. n.) Stratégiai tervezés és vezetés. Sopron-Budapest/”Leadership” Vezetés- és Szervezetfejlesztési és Tanulást Segítő Kft. 123 p.
- [5.] Csath M. (2001) Stratégiai változtatásmenedzsment. Budapest/Aula Kiadó. 226 p.
- [6.] Kotler, P.-Keller, K. L. (2006) Marketingmenedzsment. Budapest/Akadémiai Kiadó. 985 p.
- [7.] Marosán Gy. (2006) A 21. század stratégiai menedzsmentje. Budapest/ Műszaki Kiadó. 295 p.
- [8.] Porter, M. E. (2006) Versenysztratégiák. Budapest/Akadémiai Kiadó. 355 p.
- [9.] Roóz J. (2002) Vállalkozások gazdaságtana. H. n./Perfekt Kiadó. 271 p.

Szerzők

Úr Norbert

Vállalkozásfejlesztés MA szak
ur.norbert@gmail.com

Dr. Takácsné dr. habil György Katalin

Egyetemi docens
Károly Róbert Főiskola
Vállalatgazdaságtan Tanszék
tgyk@karolyrobert.hu

Tamus Antalné dr., PhD

Főiskolai tanár
Károly Róbert Főiskola
Marketing és Menedzsment Tanszék;
tamusne@karolyrobert.hu

WELLNESS PROFILOK A MAGYAR ÉS AZ OSZTRÁK SZÁLLODAIPARBAN

VARGA NIKOLETT
MOLNÁR CSILLA

Összefoglalás

A tanulmány a magyarországi és az osztrák wellness turizmus összehasonlító elemzésére vállalkozik elsősorban a különleges wellness profilokkal rendelkező szállodák bemutatásán keresztül.

A téma aktualitását elsősorban a fogyasztói szokásokban bekövetkezett változások adják, továbbá hogy részben ezen változások következtében a jövő kereslete az egészségturizmus irányába tendálódik.

Magyarországon az elmúlt évtized kapacitás- és szolgáltatásbővítő fejlesztéseinek jelentős része valósult meg a wellness piacon. A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint a wellness szállodai férőhelyek száma 2004 óta hatszorosára emelkedett. A wellness szállodák iránti növekvő kereslet alakulásában különösen a belföldi vendégek részarányának emelkedése szembeűnő. E szállástípus egyre nagyobb részarányt képvisel a szállodai vendégforgalmi- és bevételmutatókból.

A wellness turizmusnak kiemelkedő szerepe van Ausztriában: a természetközelség nagy tömegeket csábít, s az osztrákok Európa legegésztudatosabb államainak egyike. Nyugati szomszédunknál kiváló szolgáltatási színvonalat, a mai kor igényeit komplexen kielégítő szolgáltatásokat talál a vendég. Az „Ausztria: the Wellbeing Destination of Europe” szlogennel megjelenő osztrákok legalább egy évtizeddel előttiünk járnak a termékfejlesztésben és annak kommunikálásában, ezért egyszerre bizonyul ez az ország követendő példának és komoly versenytársnak.

A piac globalizálódik, a verseny fokozódik. Versenyképesek azok a vállalkozások lehetnek, amelyek figyelembe veszik a szolgáltatókkal szemben megfogalmazott új igényeket, melyek között is a magas szolgáltatási színvonal és az egyediség különös jelentőséggel bírnak. A hazánkban is egyre dinamikusabban növekvő wellness piacon erre lehet megoldás az egyedi wellness profil, azaz olyan USP-t jelentő szolgáltatásstruktúra kialakítása, mely az egészségturizmust valamilyen más turisztikai termékkel kombinálva diverzifikált kínálatot biztosít.

Kulcsszavak

egészturizmus, wellness, termékfejlesztés, diverzifikáció, USP,

Abstract

In my work I present the Hungarian and Austrian wellness tourism, I try to set up an analyzing comparison mostly by introducing hotels that have special wellness profiles.

The demand of the future tends to move towards health-tourism. The high standard and uniqueness of services is emphatic. In the present competition organizations can only survive if they provide something special, the perfect solution for this could be the formulation of a special wellness profile.

Guests can find new, excellent quality services that meet the needs of the present age in a complex way. From this aspect our western neighbour means a serious concurrent, but also a must-follow example for our homeland.

For keeping its competitiveness nowadays a service-provider should be able to meet the changing needs, provide new-type services and products, complex wellness tourism packages as well.

In my thesis I show how diverse and colourful wellness hotels are, and what differences we can notice when comparing them with Austrian hotels. In the conclusion section of the thesis I intend to provide a solution, I state what changes I feel crucial in connection with the topic.

Key words

health tourism, wellness, product development, diversification, USP,

Bevezetés

Magyarországon a wellness megjelenése az 1990-es évek második felére tehető. Az egészségturizmusnak ezen típusa egyre nagyobb népszerűségnek örvend. A növekvő kereslet a nemzetközi és hazai szinten is megfigyelhető társadalmi- és gazdasági változások mellett, az egészség- és környezettudatosság erősödésének is köszönhető. A természetes gyógymódok iránti fogékonyság nő, az egészség életminőségben játszott és gazdasági szerepe is átértékelődik. Egyre több országban ismerik fel, hogy a betegségek kezelése és az ezzel együtt járó betegségfinanszírozás mellett sokkal fontosabb az egészség megőrzése, a prevenció, melyben az állam szerepvállalása is erősödik.

Az elmúlt évtized az egészségturizmus felértékelődését hozta Magyarországon is. A szektor jelentőségét mutatja, hogy az egészségturizmus tudatos, fenntartható fejlesztése nemcsak a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (2005) és Országos Területfejlesztési Koncepció (2005), de az Új Magyarország Program (2007), továbbá az Új

Széchenyi Terv (2011) fő prioritásai között is szerepel. A turizmus fejlesztésére nyújtott hazai és európai uniós források jelentős része ezen a piacon jelent meg és biztosított jelentős növekedést a kínálatban. A fejlesztések többsége ugyanakkor bár korszerű, magas szolgáltatási színvonalat biztosító kínálat létrehozását tette lehetővé, az egyediség iránti igény megnövekedésének tényét figyelmen kívül hagyja. A szolgáltatók hasonló kínálatokkal rendelkeznek és próbálnak helyt állni az egyre erősödő piaci versenyben.

Nyugati szomszédunk, Ausztria követendő példa lehet Magyarországra számára. Az ország turisztikai attrakciói – elsősorban a természeti környezet, a helyek és a kultúra – széles tömegeket vonzanak. A wellness szolgáltatások elmúlt évtizedben megvalósult fejlesztései a világ keresleti- és kínálati trendjeit követik, ám mindeközben igyekeznek megőrizni az osztrák egyediséget. A minőség és egyediség kettőse valódi élményt jelentenek a vendégek számára.

A wellness profilok (AQUAPROFIT 2007, MOLNÁR 2009) kialakításának célja tehát olyan egyedi értékesítési ajánlatok (USP-k) létrehozása, amely egyszerre több célcsoport speciális igényeit kielégíteni képes, egyedi, a piacon versenyképesebb szolgáltatások létrehozása. A termékdiverzifikációval a szolgáltató képessé válik új célcsoportok elérésére és általában a több turizmusfajta összekapcsolódásával azok előnyeinek kihasználására.

Az ilyen speciális profillal rendelkező, egyedi wellness hoteleknek ugyanakkor többféle kritériumnak kell eleget tenni. Egyszerre kell megfelelni például a hivatásturisták igényeinek, s a kikapcsolódásra vágyóknak konferencia és wellness szálloda esetében, vagy be kell tartani az ökoturizmushoz kapcsolódó szigorú követelményeket, miközben a wellness szolgáltatások széles skáláját is biztosítják a vendégek. A régmúlt emlékei élnek tovább napjaink turisztikai termékfejlesztésében a kulturális- és örökségturizmus valamint a wellness együttes piaci megjelenését biztosító török, római vagy arab fürdők illetve wellness kastélyszállodák esetében. A sport és wellness kapcsolatát a síelés- illetve golf és wellness szállodák biztosítják. A bor jelenik meg a vinoterápiás központokban, míg néhány szolgáltató a holisztikát helyezi a termékfejlesztés középpontjába. A háromgenerációs szolgáltatáskínálatokkal rendelkező családbarát szállodák szintén elterjedtek, melyeknél a család minden tagjának élményét komplex, ugyanakkor az érintett korosztályok eltérő szokásait, igényeit, életstílusát figyelembe vevő kínálat biztosítása jelent kihívást.

A wellness profilok mindegyike megjelenik már a hazai kínálatban is, de valódi versenytársra és követendő példára találtam osztrák szomszédainknál is.

A dolgozat összehasonlító elemzései a turizmus rendszerszemléletű megközelítésének elveit (LENGYEL 2004, MICHALKÓ 2007, MOLNÁR-DÁVID 2010) figyelembe véve a magyar és osztrák szállodák (1.táblázat) piaci környezetét, szolgáltatáskínálatát és – ahol erre lehetőség volt – keresletét vizsgálja.

1. táblázat **Az elemzésbe vont szállodák és spa-k**

Wellness profil	Ausztria	Magyarország
Kulturális- és örökségturizmus, azaz a régmúlt emlékeinek továbbélése	Römertherme Baden bei Wien**** (Bécs)	Shiraz Hotel Egerszalók**** (Egerszalók)
Különleges élményfürdő	Aquaticum Termál és Wellness Hotel**** (Debrecen)	Falkensteiner Hotel & Asia Spa**** (Leoben)
Konferencia és wellness	Danubius Health Spa Resort Margitsziget**** (Budapest)	Hotel Loipersdorf Spa & Conference**** (Bad Loipersdorf)
Wellness kastélyszálloda	Puchner Kastélyszálló**** (Bikal)	Hotel Schloss Weikersdorf Rezidenz & Spa**** (Baden)
Vidéki- és ökoturizmus	VM Wellness Hotel**** (Püspökhatvan)	Hotel & Spa Der Steirerhof**** (Bad Waltersdorf)
Sport és wellness	Hunguest Grand Hotel Galya**** (Galyatető) Birdland Golf & Spa Resort**** (Bük)	Sporthotel Wagrain**** (Wagrain)

Forrás: saját szerkesztés

Anyag és módszer

Kutatásom során primer és szekunder információkat egyaránt felhasználtam.

Primer kutatásként elsősorban a személyes helyszínbemjárások során a bemutatott szállodák munkatársaival folytatott szakértői mélyinterjúk módszerét alkalmaztam.

Szekunder források között a témához kapcsolódó szakirodalmak, szakcikkek és tanulmányok mellett a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) és a Statistik Austria, továbbá az Österreich Werbung és a TourMIS adatbázisai voltak. A dolgozatomban bemutatott szállodákról a honlapjukon keresztül, valamint a Magyar Turizmus Zrt. és a bemutatott szolgáltatók saját kiadványain keresztül szereztem információkat. A vizsgálatba vont desztinációk turizmusfejlesztési koncepciói, stratégiai szintén kutatásom alapját jelentették.

Eredmények, következtetések

Napjainkban az egészségturizmus különböző formái egyre jelentősebb szerepet játszanak a világ turizmusában, illetve számos ország gazdasági teljesítményében. Ezt a szolgáltatói kínálat bővülése, továbbá a vendégforgalmi mutatók is alátámasztják.

Magyarország és Ausztria wellness turizmusát tekintve sok hasonlóságot fedezhetünk fel. Mindkét országban jellemző a fürdőkultúra hagyománya, a fürdők létrejötte a közös történelmi múltra tekint vissza, hiszen jelentős részük az Osztrák-Magyar Monarchia idejében jött létre. A természetes vonzerők kínálata hazánkban mind mennyiségileg, mind pedig minőségileg kedvezőbbek. Vízbázisú adottságait tekintve Magyarország a világ ötödik legnagyobb termálvíz készlettel rendelkező országa Japán, Izland, Franciaország és Olaszország után. A termálvizek hasznosításának helyszínei a termál és gyógyfürdők, melyek között 62 szerepel az Országos Gyógyhelyi és Gyógyfürdőügyi Igazgatóság (OGYFI) nyilvántartásában. Ausztria 28 gyógy és élményfürdővel rendelkezik.

Az egészségturizmus elsődleges szuprastruktúrája (Michalkó 2007, Molnár 2010) Ausztriában van kedvezőbb helyzetben. Magyarországon – bár a kapacitás az elmúlt évtizedben hatszorosára emelkedett – 89 wellness szállodában mintegy 13 ezer férőhely várja a vendégeket ráadásul erős területi eltérésekkel (2.táblázat) Ausztriában 822 wellness és spa szálloda működik. Wellness szállodái négy-öt csillagos kategóriába tartoznak, s magas szolgáltatási- és egyben árszínvonalat képviselnek, az összes kereskedelmi szállásférőhely 22%-át adják (STATISTIK AUSTRIA 2009, RELAX GUIDE 2009)

2.táblázat A működő kereskedelmi szálláshelyek kapacitása régióként (2009.július)

Típus	Egységek száma	Kiadható	
		szobák száma	férőhelyek száma
Közép – Magyarország			
Szállodából:gyógy szálló	6	1 411	2 759
Szállodából:wellness-szálló	14	1 250	2 743
Közép – Dunántúl			
Szállodából:gyógy szálló	3	277	814
Szállodából:wellness-szálló	7	622	1 265
Nyugat – Dunántúl			
Szállodából:gyógy szálló	25	3 078	6 429
Szállodából:wellness-szálló	16	1 087	2 717
Dél – Dunántúl			
Szállodából:gyógy szálló	4	266	583
Szállodából:wellness-szálló	15	929	2 219
Észak – Magyarország			
Szállodából:gyógy szálló	4	244	473
Szállodából:wellness-szálló	20	967	2 119
Észak – Alföld			
Szállodából:gyógy szálló	10	1 107	2 361
Szállodából:wellness-szálló	11	651	1 547
Dél – Alföld			
Szállodából:gyógy szálló	2	363	821
Szállodából:wellness-szálló	6	280	609
Magyarország összesen			
Szállodából:gyógy szálló	54	6 746	14 240
Szállodából:wellness-szálló	89	5 786	13 219

Forrás: KSH (2009), saját szerkesztés

Az osztrákok Európa legegészségtudatosabb államainak egyike (EUROPE HEALTH 2006). Az egészségturizmusban realizálódó vendégforgalom 11 millió fő, a legjelentősebb küldőpiac Németország. Az egészségturizmusban több mint 1 milliárd Euró bevétel képződik. A legnagyobb részarányt Tirol, Salzburg és a határmenti Burgenland tartományok képviselik (STATISTIK AUSTRIA, TOURMIS 2009).

Az elmúlt években mindkét országban jelentős fejlesztések valósultak meg a wellness piacon. Míg Magyarországot elsősorban a mennyiségi és minőségi fejlődést jelentő, ugyanakkor egymástól sokszor nem igen különböző fejlesztések jellemzik, addig Ausztria fejlesztéseiben a nemzeti sajátosságok figyelembe vétel és az egymástól magukat megkülönböztetni akaró szolgáltatások nagyobb aránya jellemzi. Az elmúlt évek világtrendeket követő, ugyanakkor az osztrák egyediséget megőrző fejlesztéseinek négy alapvető típusa különböztethető meg (Várhelyi 2009):

- tradicionális fürdővárosokban spa-részleget is tartalmazó, kapacitás- és szolgáltatásbővítő szállodafejlesztések (pl. *Bad Tatzmannsdorf*);
- önálló fedett fürdő-komplexum kialakítása tradicionális fürdővárosokban (pl. *Bad Gastein, Bad Loipersdorf, Baden*);
- tradicionális fürdő-desztináció eddig nem kiemelt helyén építészetében és szolgáltatásaiban is különleges fürdő létesítése (pl. *Rogner Hotel Bad Blumau*);
- fürdő vagy spa-hotel létesítése hagyományokkal eddig nem rendelkező, ám turisztikailag fontos területeken (*ide tartoznak Tirol és Salzburg tartományok fejlesztései*);

A világ turizmusában változások figyelhetőek meg, melyeket valamennyi, a piacon versenyképesen megjelenni kívánó szolgáltatónak figyelembe kell venni. Ezek röviden a következők (Kiss-Török 2001, ETC 2004, WTTC 2004, Mester 2005, Molnár 2007, 2009, Mitev 2007, Hofmeister 2008, Veres 2009, Molnár-Dávid 2010, Smith-Puczkó 2010)

- A demográfiai változások okán a senior turizmus piaci részaránya nő, egyes prognózisok szerint a 2030-as évek közepére eléri az összes nemzetközi turistraforgalom 1/3-át. A másik dinamikus emelkedő réteg a fiatalok.
- A társadalmi változások között a hagyományos családmódel felbomlása, a nők munkába állása, az egyszemélyes háztartások (szinglik) számának növekedése figyelhető meg.
- A globalizáció hatására a verseny fokozódik. A vállalkozások termékfejlesztésében, az imázs építésben a nemzetközi piaci elvárásoknak kell megfelelniük, nemzetközi környezetben kell helytállniuk.
- A fogyasztókra jellemző idő- és teljesítménykényszer miatt sikerre azok a szolgáltatások számíthatnak, amelyek segítik a fogyasztót idejük hatékonyabb kihasználásában, a minél rövidebb idő alatt minél nagyobb élmény megszerzésében. Az utazások gyakorisága nő, de a tartózkodási idő csökken, a régió belüli utazások részaránya emelkedik.
- Az élmények, örömök hajszolása, az „élj a mának!” szemléletmód térhódítása (hedonizmus) figyelhető meg. A termékek vásárlása során a

- funkció mellett egyre fontosabbá válik az élménytartalom, a különlegesség. A racionalitást egyre inkább felváltja az emóció.
- Napjaink fogyasztója szereti, ha fontosnak, különlegesnek érezheti magát, igényli a személyre szabott szolgáltatást, a csak neki szóló figyelmességet, gondoskodást.
 - Az egészség- és környezettudatos szemlélet erősödik. Hódít az egészséges táplálkozás, a „reformkonyha”, a fitness és – a dolgozat témájához kapcsolódóan különösen fontos - wellness. Az ezt szolgáltatáskínálatukba építő szolgáltatók iránti igény nő.
 - A spiritualitás és holisztika iránti fogékonyság szintén nő, egyre erősebben jelentkező igénye napjaink utazójának.
 - A szervezett utazások részaránya csökken, így a vendéget közvetlenül elérni képes B2C eszközök használata elengedhetetlen.

A fentieket napjaink turisztikai termékfejlesztésében, így a kutatás témájaként választott wellness szolgáltatások piacán is figyelembe kell venni.

A wellness-turisztikai kínálat területén a meglévők mellett egyre nagyobb hangsúlyt kapnak a különböző, modern technológiával ötvözött tradicionális kezelések, az olyan módszerek, programok, amelyek többféle (például történelmi, spirituális, vagy ökológiai) tényezőt kombinálnak, vagy a fogyasztók szemében egzotikusnak minősülnek (keleti fürdő, masszázs, vagy lelki technikák) (RÁTZ T. 2004, ISPA 2007).

Az elmúlt években, mind világ, mind hazai viszonylatban jól látható a wellness-turizmus közeledése más turisztikai termékekhez. A kutatás során vizsgált wellness-szolgáltatók (1.táblázat) összehasonlító elemzéseit a következőkre világították rá.

A régmúlt idők emlékei, a hagyományok élnek tovább a Römertherme Baden bei Wien építészeti stílusában, s a modern kor igényeinek megfelelően különleges élményfürdőkben sincs hiány (Asia Spa). Az élményorientált, igényes vendégek a fürdőzés öröme mellett a különleges építészeti stílusjegyeket is megcsodálhatják. Ez a különlegesség megjelenik a vizsgált magyar szolgáltatónál is.

Felismerve az igényt, hogy a családos vendégek is gyakrabban keressék fel a wellness szolgáltatókat, ha a gyermekek számára több lehetőség, családbarát szolgáltatás adódna, sok szolgáltató indított fejlesztéseket eme új célcsoport irányába, s kínált új csomagokat (családi kedvezmények) mind Magyarországon és Ausztriában is. A további fejlesztéseknél mindkét országban érdemes lenne tekintettel lenni a tinédzserek és a kisebbek között

is, s ennek megfelelően kínál programokat. A többgenerációs létesítmények igen nagy jövő elé néznek.

Osztrák szomszédainknál a burgenlandi tartomány gazdag kastélyokban, várakban, műemlék épületekben, míg Magyarországon mintegy 350 kastély és kúria áll. A magyarországi Puchner Kastélyszálló híres Reneszánsz Élmenybirtokával a vizsgált osztrák versenytársnál egyedibb, érdekesebb élményt nyújt.

Általánosságban elmondható, hogy Ausztria mindenképp előttünk jár a fejlesztések, létesítmények színvonalának és minőségének, szolgáltatások tekintetében. Különösen igaz ez az ökoturizmussal kapcsolódó wellness profil esetében, hazánkban ez a kapcsolat még egyáltalán nem elterjedt. Itt említhetnénk a sporttal kapcsolatos (golf, sí) turisztikai termékeket is. Sajnos Magyarországon az esetek többségében még mindig igaz (személyes tapasztalat is), hogy sokan csak divatból sportolnak, nem komolyan és nem rendszeresen. Egyesek csak azért látogatják a sportanimációs programokat, mert benne szerepel a teljes ellátásban.

Egy másik wellness profil a wellness és bor termékének kapcsolata: Ausztria stájer vidékén, a lankásabb, dombos hegyoldalon nagy jelentősége van a szőlőtermesztésnek, melyek köré épülve a hotelek a szőlő és bor köré fonható szolgáltatásokkal csábítják a vendégeket. Magyarország híres borvidégeinek területén is találhatunk efféle szállodákat (pl. a tarcali Andrásy Kúria Hotel Wine & Spa****), amelyek különlegességük ellenére sem jelennek meg elég markánsan a piacon.

Csaknem mindegyik ország törekszik arra, hogy wellness kínálatában megjelenjenek azok a természeti, gazdasági, vagy kulturális vonzerők, amelyek könnyen azonosítható, egyedi arculatot adnak wellness-turizmusuknak. Ez Ausztriának sikerült, és megalkotta egyedi márkanévét, az „*alpine wellness*”-t. A hazai wellness-turizmusban sajnos ma még hiányzik a turisztikai márkák kidolgozása, amely termékekben tükröződne a hazai kínálat egyedisége (pl. Pusztai Wellness). Osztrák szomszédaink - habár árszínvonaluk már magasabb kategóriát képvisel - meggyőzőbb marketing tevékenységükkel egészségturisztikai szolgáltatóik magasabb forgalmat generálnak.

Összességében elmondható, hogy bár lemaradásban, megkésve követi Magyarország a nyugati példákat, szolgáltatásai egyre színvonalasabbak és fejlesztéseivel igyekszik követni a versenytársakat - mivel adottságai

kiválóak a gyógy-és wellness turizmushoz – hogy egy napon a vezető szerepet is átvehesse az egészségturisztikai célú utazások birtoklásában.

A termékfejlesztés mellett fontos a hatékony marketing kommunikáció is, melynek középpontjában az adott egyediség, a különleges profil kell álljon. A magyar esettanulmányoknál megfigyelhető volt, hogy sok esetben elhalványul a szálloda különleges wellness profilja, mert nincs közvetlenül jelen, vagy nem felel meg igazán minden elvárásnak, követelménynek. A kommunikációs eszközök között a B2C kommunikáció és a BTL eszközök alkalmazása tekinthető elvárásnak.

Köszönetnyilvánítás

Külön szeretnék köszönetet mondani témavezetőmnek, Dr. Molnár Csilla tanárnőnek, aki sokat tett nemcsak az egészségturizmus iránti elkötelezettségem kialakításában, de marketing szemléletem erősítésében is. Köszönöm Dr. Erdei János úrnak, a Magyar Szállodaszövetség elnökének, hogy segítséget nyújtott Ausztria wellness turizmusával kapcsolatos kutatásaimban. Nagyon hálás vagyok a vizsgálatba vont wellness szállodák dolgozóinak, akik közreműködésükkel támogattak és adatokkal szolgáltak dolgozatomhoz. Köszönöm a segítséget Egresits Georgina marketing menedzsernek és Klára Ágnes értékesítési igazgatónak a Hotel Caramellből, Franekné Győrvári Melindának a Birdland Golf & Spa Resort korábbi munkatársának, Kimmel Lukács konferencia menedzsernek a Loipersdorf Spa & Conference Hotelből, Andrea Dvoracek-Schuetzenhofernek, a Römertherme Baden bei Wien munkatársának és Ablaka Zsuzsannának a Hunguest Grand Hotel Galya értékesítési igazgatójának.

Hivatkozott források:

- [1.] Aquaprofit Zrt. (2007): Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia 2007-2013. Budapest
- [2.] European Travel Commission (2004): Megatrends of Tourism in Europe to the Year 2005 and Beyond.
- [3.] Hofmeister-Tóth Á. (2008): A fogyasztói magatartás alapjai. Aula Kiadó. Budapest.
- [4.] <http://www.etc-corporate.org/market-intelligence/tourism-trends.html>
- [5.] <http://www.imtj.com/news/?EntryId82=263037>

-
- [6.] ISPA (2007): Top Spa Trends of 2007
<http://spas.about.com/od/stressmanagement/a/trends2007.htm>
(letöltve: 2010.szept.12.)
- [7.] Kiss K. – Török P. (2001): Az egészségturizmus nemzetközi keresleti és kínálati trendjei. Turizmus Bulletin 2001/3., p. 7-14.
- [8.] Lengyel, M. (2004): A turizmus általános elmélete. HFF-KIT, Budapest
- [9.] Michalkó G.(2007a): A turizmuselmélet alapjai. KJF, Székesfehérvár
- [10.] Mintel International Group Ltd. (2004): Health and Wellness Tourism. Global, Travel & Tourism Analyst, London, pp. 35–40.
- [11.] Molnár Cs. – Dávid L. (2010): Egészségturizmus. Főiskolai jegyzet. kézirat.
- [12.] Molnár, Cs. (2007): Turizmus az Európai Unióban, Merre tart a világ: Európa helyzete. Tanulmánykötet, BME, Budapest, pp. 53–63.
- [13.] Molnár, Cs. (2009): Térspecifikus turisztikai termékek marketingjének sajátosságai. A tér vonzásában: turisztikai termékfejlesztés térspecifikus vonásai. In: Turizmus Akadémia kötetek 4. (szerk: Michalkó, G.–Rátz, T.) KJF–MTA Földrajztudományi Kutatóintézet–Magyar Földrajzi Társaság, Székesfehérvár–Budapest, pp. 60–77.
- [14.] Rátz. T. (2004): European tourism. Székesfehérvár, Kodolányi János Főiskola, p.140
- [15.] Smith, M. – Puczkó, L. (2010): Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika. Akadémiai Kiadó, Budapest
- [16.] Spa Finder (2010): International Report, Spas & the Global Wellness Market: Synergies & Opportunities
- [17.] Várhelyi, T. (szerk) (2009): Világtrendek a turizmus-iparban. Az egészségturizmus nemzetközi gyakorlata. Szolnoki Főiskola, Szolnok
- [18.] Veres Z. (2009): A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Akadémiai Kiadó. Budapest.

Szerzők

Varga Nikolett

Turizmus-vendéglátás BSc szak

Károly Róbert Főiskola

varga.niki5@freemail.hu

Dr. Molnár Csilla

Főiskolai docens

Károly Róbert Főiskola

Turizmus és Területfejlesztési Tanszék

csmolnar@karolyrobert.hu

SZERZŐK JEGYZÉKE

Agárdi Éva, 7
Bakos Izabella, 19
Csernák József, 33
Dávid Lóránt, 81
Ficzereⁿé Nagymihály Kornélia, 33
Győrfi Katalin, 43
Kálmán Zsuzsanna, 53
Király Zsolt, 43
Kisari Krisztián, 61
Kispál Gabriella, 69
Kiss Nikoletta, 81
Liebmann Lajos, 69
Mihály László, 91
Miller György, 91
Molnár Csilla, 127
Nagy Imre, 103
Szabó-Hevér Judit, 43
Takács István, 103
Takácsné György Katalin, 117
Tamus Antalné, 19, 43, 117
Tégla Zsolt, 7
Töröcsvári Zsolt, 61
Úr Norbert, 117
Varga Nikolett, 127
Zakár Tivadar, 53
Zörög Zoltán, 33